

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Л. В. Оболенцева

КОН'ЮНКТУРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ

Підручник

Затверджено Міністерством освіти і науки України

ХАРКІВ ХНАМГ 2010

УДК 338.12(075.8)
ББК 65.23я73-1
О21

Рецензенти:

Ковалевський Г. В. – д.е.н., проф., Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна;

Бубенко П. Т. – д.е.н., проф., директор Північно-Східного наукового центру НАН і МОН України.

Рекомендовано до друку Міністерством освіти і науки України
як підручник для студентів вищих навчальних закладів,
лист МОНУ № 1.4/18-Г-37 від 10.01.09 р.

Оболенцева Л. В.

О21 Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник
/ Л. В. Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.:
ХНАМГ, 2010. – 249 с.

ISBN 978-966-695-185-7

У підручнику розглядаються теоретичні та методологічні питання щодо проведення кон'юнктурних досліджень ринку. Узагальнено та систематизовано матеріал з урахуванням сучасного світового і національного досвіду в галузі ринкових досліджень.

Підручник рекомендовано студентам, які навчаються за спеціальностями «Туризм», «Готельно-ресторанна справа» та вивчають дисципліну «Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку». Може бути використано для студентів спеціальностей «Менеджмент організацій», а також працівниками сфери туристської індустрії.

УДК 338.12(075.8)
ББК 65.23я73-1

ISBN 978-966-695-185-7

© Л. В. Оболенцева, 2010
© ХНАМГ, 2010

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ	7
ТЕМА 1. РОЛЬ І МІСЦЕ КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В СИСТЕМІ РИНКОВИХ ВІДНОСИН	7
1.1. Сутність кон'юнктури ринку та кон'юнктурних досліджень.....	7
1.2. Основні завдання кон'юнктурних досліджень ринку.....	17
1.3. Характеристика підходів до визначення поняття «кон'юнктура» та підходів до класифікації видів кон'юнктури.....	19
1.4. Історичний досвід дослідження економічної кон'юнктури.....	26
<i>Контрольні запитання для самодіагностики</i>	29
ТЕМА 2. РІВНОВАГА В ЕКОНОМІЦІ І КОН'ЮНКТУРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ	30
2.1. Рівновага в економіці, економічна статика і динаміка.....	30
2.2. Види економічних процесів.....	36
2.3. Зміст та форми прояву макроекономічної нестабільності.....	38
2.4. Характеристика макроекономічних показників та параметрів економічного циклу.....	42
2.5. Класифікація економічних циклів та причини виникнення циклічних коливань в економіці.....	43
2.6. Циклічні коливання економічного росту. Теорія економічних циклів...	45
2.6.1. Промисловий економічний цикл.....	46
2.6.2. Еволюція економічних циклів.....	47
2.6.3. Причини середніх циклічних коливань.....	50
2.6.4. Теорія довгих хвиль за М.Д. Кондратьєвим.....	51
2.7. Кризи в розвитку соціально-економічних систем.....	61
2.7.1. Загальні поняття та типологія криз.....	61
2.7.2. Цикли суспільного відтворення та їхня роль у виникненні економічних криз.....	66
2.7.3. Основні теорії економічних криз.....	68

2.7.4. Технологія антикризового управління.....	71
2.8. Теорія та методологія інноваційного розвитку економіки.....	73
2.9. Класифікація інновацій та інноваційних підходів.....	82
<i>Контрольні запитання для самодіагностики.....</i>	<i>85</i>
ТЕМА 3. ДЕРЖАВНА КОН'ЮНКТУРНА ПОЛІТИКА.....	87
3.1. Сутність та характеристика кон'юнктурної політики.....	87
3.2. Основні функції держави у галузі кон'юнктурної політики.....	88
3.3. Державні методи впливу на кон'юнктурну політику.....	89
3.4. Антициклічні заходи економічної політики держави.....	92
<i>Контрольні запитання для самодіагностики.....</i>	<i>93</i>
ТЕМА 4. ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ.....	94
4.1. Класифікація кон'юнктурутворюючих факторів.....	94
4.2. Ключові кон'юнктурутворюючі фактори підприємств туризму.....	98
4.3. Характеристика позитивно та негативно діючих факторів туристської індустрії.....	99
4.4. Дослідження структурних елементів ринку.....	101
4.5. Методологія дослідження економічної кон'юнктури.....	107
4.6. Оцінка стратегій розвитку кон'юнктури ринку.....	114
4.7. Методи аналізу основних тенденцій кон'юнктури ринку.....	122
<i>Контрольні запитання для самодіагностики.....</i>	<i>127</i>
ТЕМА 5. ХАРАКТЕРИСТИКА КОН'ЮНКТУРНИХ ПОКАЗНИКІВ.....	128
5.1. Основні вимоги до використання економічних показників у кон'юнктурному аналізі.....	128
5.1.1. Система показників кон'юнктури ринку.....	130
5.2. Характеристика макроекономічних та мікроекономічних показників кон'юнктури.....	135
5.3. Класифікація показників ринкової кон'юнктури.....	137
5.4. Завдання аналізу динамки та коливальності ринку.....	148
5.5. Показники аналізу динаміки та стійкості розвитку ринку.....	149
<i>Контрольні запитання для самодіагностики.....</i>	<i>159</i>

РОЗДІЛ 2. ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПРОВЕДЕННЯ КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	160
ТЕМА 6. МЕТОДИ АНАЛІЗУ КОН'ЮНКТУРИ ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ..	160
6.1. Характеристика методів аналізу економічної кон'юнктури.....	160
6.2. Класифікація методів технічного аналізу.....	162
6.3. Теорія Доу.....	163
6.4. Хвильова теорія Еліота.....	165
6.5. Методи фундаментального аналізу.....	168
6.6. Метод головних компонент, його сутність і призначення.....	171
6.7. Кластерні процедури класифікації.....	181
<i>Контрольні запитання для самодіагностики.....</i>	<i>198</i>
ТЕМА 7. КОН'ЮНКТУРНЕ ОЦІНЮВАННЯ ПІДПРИМНИЦЬКОГО РИЗИКУ.....	200
7.1. Сутність та класифікація ризиків, пов'язаних із діяльністю підприємств туристської індустрії.....	200
7.2. Характеристика індикаторів ризику.....	205
7.3. Класифікація методів оцінки та аналізу ризику.....	207
7.4. Методи зменшення ризику.....	216
<i>Контрольні запитання для самодіагностики.....</i>	<i>219</i>
ТЕМА 8. ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ.....	220
8.1. Теорія передбачення М.Д. Кондратьєв та прогнозування через вивчення економічних циклів.....	220
8.2. Методика прогнозування розвитку ринку.....	222
8.3. Характеристика і принципи планування та прогнозування для підприємств туристської індустрії.....	225
8.4. Основні методи прогнозування кон'юнктури ринку.....	229
8.5 Економічні барометри.....	235
<i>Контрольні запитання для самодіагностики.....</i>	<i>241</i>
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	242

ПЕРЕДМОВА

Механізмом, здатним ініціювати широкий розвиток туристської індустрії, активізувати діяльність у ній, забезпечити її результативність в динамічних умовах ринкової кон'юнктури, є впровадження в управлінську практику принципів і методів сучасного дослідження ситуації, яка склалася на галузевому ринку.

Успішна діяльність туристського підприємства в сучасних ринкових умовах в значній мірі залежить від вміння правильно визначити та послідовно здійснювати аналіз стану індустрії гостинності, що можна здійснити в результаті правильного та науково обґрунтованого дослідження. Але поки що більшість українських туристських підприємств використовують лише окремі методи та прийоми кон'юнктурного дослідження.

Крім того, оволодіння багатим арсеналом методів економіко-статистичної й економіко-математичної обробки даних з використанням сучасних комп'ютерних технологій є важливою складовою професійної підготовки спеціалістів з туризму та готельно-ресторанної справи.

Саме цим і обумовлюється актуальність навчальної дисципліни «Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку», визначається її мета, якою є вивчення особливостей за закономірностей функціонування сучасного туристського ринку та виявлення і оцінка кон'юктуроутворюючих факторів; набуття практичних навичок з проведення кон'юнктурних досліджень.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ

ТЕМА 1. РОЛЬ І МІСЦЕ КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

В СИСТЕМІ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

- 1.1. Сутність кон'юнктури ринку і кон'юнктурних досліджень.
- 1.2. Основні завдання кон'юнктурних досліджень ринку.
- 1.3. Характеристика підходів до визначення поняття «кон'юнктура» та підходів до класифікації видів кон'юнктури.
- 1.4. Історичний досвід дослідження економічної кон'юнктури.

1.1. Сутність кон'юнктури ринку та кон'юнктурних досліджень

Вивчення кон'юнктури ринку являє собою одне з найбільш актуальних та дієвих завдань як на макро-, так і на мікрорівні. Адже інформація про стан ринку, про конкретну ситуацію, яка склалася на ньому в даний момент часу, а також аналіз, оцінка, передбачення та прогнозування подальшого розвитку подій на ринку вкрай необхідні як на державному рівні для умілого керівництва країною, так і в будь-якому іншому конкретному випадку, будь-то голові правління підприємства чи власнику дрібного господарства.

Зрозуміло, що без звернення до історії неможливе жодне серйозне теоретичне дослідження, а звідси – доцільно, іноді просто необхідно, і врешті, цікаво ознайомитися з процесом становлення як поняття «кон'юнктура», так і визначень та теорій, пов'язаних з нею.

Корисно буде коротко зупинитися на найбільш відомих спробах дати визначення кон'юнктури. Згідно з М. Д. Кондратьєвим, вперше термін «кон'юнктура» був визначений Фердинандом Лассалем в його полімістичній роботі проти Ф. Шульце-Деліча. В цій роботі поняття «кон'юнктури»

ототожнювалось з уявами про зв'язану сукупність всіх існуючих невідомих обставин, які оточують людину меркантильного світу. Ф. Лассаль вклав в поняття «кон'юнктури» занадто широкий та невизначений зміст: «Conjunctio rerum omnium (поєднання, зв'язок існуючого) називали римські та грецькі стоїки орфічну «нерозривну стрічку», ланцюг долі, який негативно зв'язує та визначає все буття».

Слово «кон'юнктура» має походження від астрономічного терміну, який подібний за своїм змістом зі словом «констеляція». Слово «констеляція» означає наступне:

- 1) положення зірок (в певний момент);
- 2) положення справ, кон'юнктура;
- 3) збіг обставин, ситуація.

Починаючи з XVII сторіччя поняття «кон'юнктура» стало загальновживаним у значенні «положення речей, тимчасові взаємозв'язки».

Альберт Еберхард Шеффле порівнював кон'юнктуру з сукупністю непередбачених та незалежних зовнішніх впливів, яких зазнає діючий суб'єкт в кожний момент.

Адольф Вагнер розумів під кон'юнктурою сукупність технічних, економічних, соціальних та правових умов, які в народному господарстві, заснованому на розподілі праці та приватної власності матеріальних засобів виробництва, визначають собою їхній попит та пропозицію, а в результаті цього і їхню цінність, особливо мінову цінність та ціну, і при цьому визначають їх, як правило, абсолютно незалежно від волі та зусиль суб'єкта і незалежно від індивідуальних витрат, які необхідні для певного блага.

Вернер Зомбарт під кон'юнктурою розумів ту форму руху економічної дійсності, яка проявляється в зміні стану експансії та занепаду.

Вільгельм Репке визначив кон'юнктуру як «співвідношення попиту та пропозиції на якому-небудь ринку, співвідношення, яке в значній мірі не піддається обчисленню і впливу й постійно змінюється. Оцінка цього співвідношення залежить від того, виражене воно чи ні в рентабельності окремих

господарств, яка обумовлена ціною та формою продажу».

На думку С. О. Первушина, кон'юнктура - це господарська динаміка, процес, зв'язок економічних явищ, як процесів, що розвиваються з часом.

В. Г. Громан кон'юктурою називав «рух окремих елементів народного господарства цілого в їхньому взаємозв'язку».

Варто нагадати, що для розвитку науки про кон'юнктуру надзвичайно важливу роль відіграв Кон'юнктурний інститут. Як науковий заклад Кон'юнктурний інститут було засновано у вересні 1920 р. при Тимирязівській сільськогосподарській академії. Завідуючим цього інституту було призначено М. Д. Кондратьєва. Кон'юнктурний інститут вважався одним із кращих в Європі. Залежно від напрямків дослідження, Кон'юнктурний інститут складався з 6-ти секцій:

- індексів та цін;

- сільськогосподарського ринку;

- кон'юнктури промисловості, торгівлі, праці та транспорту;

- грошового обігу, кредиту та фінансів;

- світового господарства;

- методології вивчення кон'юнктури.

Кон'юнктурним інститутом видавався щомісячник «Економічний бюлетень Кон'юнктурного інституту», журнал «Питання кон'юнктури».

Але з 1 липня 1928 р. Кон'юнктурний інститут Наркомфіну СРСР припинив свою діяльність. Замість нього було засновано Бюро фінансової кон'юнктури, яке вже в 1929 р. припинило своє існування.

Інтерес М. Д. Кондратьєва до динамічного та статичного підходу при аналізі економічних явищ був привитий йому ще його вчителями, перш за все, М. І. Туган-Барановським та М. М. Ковалевським. Зважаючи на щойно сказане, доцільно особливою увагою наділити кон'юнктурне вчення М. Д. Кондратьєва.

Перш, ніж дати визначення кон'юнктури, необхідно розібратися з поняттями економічної статистики та динаміки.

Під статичною розуміють таку теорію, яка розглядає економічні явища, по

сутності, поза їх зміною в часі. Динамічна теорія вивчає економічні явища в процесі їх зміни з часом. В свою чергу, динамічні процеси розділяють на процеси кількісних та якісних змін. Якісні зміни динамічних процесів спостерігаються у тому випадку, коли елементи економічного життя чи їхнього зв'язку піддаються змінам, хоча в результаті них, ці елементи залишаються в тому ж обсязі і кількості. Майже всі якісні зміни, врешті-решт, мають призвести до змін кількісних. Однією з найважливіших заслуг М. Д. Кондратьєва є те, що на його думку, економічна кон'юнктура – це синонім економічної динаміки – і являє собою постійний процес, який складається з рухів двох видів. Перший рух відображає хвилеподібні, спонтанні оборотні процеси, а другий – процеси необоротні, еволюційні і вони відображають поступальний розвиток виробничих сил суспільства.

Перед тим як підійти до визначення поняття «кон'юнктури», дане М. Д. Кондратьєвим, необхідно врахувати, що мова йде про народне господарство, побудоване на основі ринкового обміну. Зрозуміло, що саме ринок визначає успіх та невдачу господарської діяльності, адже відомо, що бувають періоди в економіці, які можуть сприяти розвитку підприємництва та господарської діяльності взагалі, і періоди, коли господарська діяльність зустрічає об'єктивні перешкоди для свого розвитку. Таким чином, можливі випадки, коли збіг обставин сприятливий для розвитку господарства і навпаки. Саме виявлення більш-менш сприятливого збігу обставин приводить до поняття «кон'юнктури».

М. Д. Кондратьєв підкреслював, що: «Ми спроможні вбачати економічний зміст поняття «кон'юнктури» ні в чому іншому, як в тій сукупності обставин, що проявляється завдяки ринку, від якої залежить підйом чи спад приватного або народногосподарського життя. І все питання зводиться до того, щоб якомога точніше вказати, про які саме обставини йдеться мова, та як визначити сприятливість чи несприятливість їх збігу».

Таким чином, під економічною кон'юктурою кожного моменту потрібно розуміти напрямок і ступінь зміни сукупності елементів функціонування

народного господарства в порівнянні з попереднім моментом часу.

Зрозуміло, що для кожного моменту буде своя кон'юнктура. І якщо порівнювати кожний наступний момент з попереднім, то можна одержати систему кривих. Сукупність цих кривих в їх взаємозв'язку і буде характеризувати собою криву зміни кон'юнктури. Тобто, поняття кон'юнктури, виведене Кондратьєвим, спирається на коливальні зміни елементів господарства та їх сукупності.

С. О. Первушин залежно від того, в якому аспекті розглядалась кон'юнктура – статичному чи динамічному – дав два її визначення. По-перше, динамічне визначення кон'юнктури, коли кон'юнктура являє собою рух і процес, що безперервно розвивається. По-друге, статичне визначення кон'юнктури. В цьому аспекті під нею розуміли «відомий стан народного господарства у відомий момент часу в порівнянні з його станом в який-небудь інший момент часу, що йому передуює».

Крім того, кон'юнктуру як в статичному, так і в динамічному аспекті можна виділити:

як в широкому, так і в вузькому смисловому значенні слова;

як загальну, так і спеціальну (приватну).

Кон'юнктура в широкому значенні являє собою «...динаміку народного господарства цілого, тобто складні коливальні рухи, які спостерігаються в конкретному господарському житті незалежно від того, якими б причинами вони не обумовлювались: сезонними коливаннями, відновлюваними процесами, врешті, чисто кон'юнктурними коливаннями». Кон'юнктуру в вузькому значенні можна розуміти як «властиві товарно-міновому господарському устрою....стихійні більш-менш періодичні коливальні рухи господарського організму, в його цілому, та який супроводжується як його кількісними, так і якісними змінами і найяскравіше проявляються в сфері ринку, цін, доходів, тобто в коливаннях цін та ціннісних зсувах».

Загальногосподарська кон'юнктура характеризує стан усього відтворювального процесу в масштабах світового господарства та економіки будь-якої держави на той чи інший період.

Приватною кон'юктурою є відношення стану кон'юктури тієї чи іншої галузі народного господарства до загальної народногосподарської кон'юктури в даний момент.

Спеціальну кон'юктуру М. Д. Кондратьєв розділяв на просту і диференційну. Під простою спеціальною кон'юктурою розуміють кон'юктуру, яка характеризує ступінь зміни характеристик та складових частин певного регіону, галузі чи товару на заданий момент в порівнянні з попереднім моментом. Тобто, проста спеціальна кон'юктура ідентична загальному поняттю кон'юктури. Що ж стосується диференційної кон'юктури, то це проста кон'юктура даної галузі, але яка береться у порівнянні або відношенні до кон'юктури інших галузей.

Форми прояву кон'юктури, крім вже зазначених, можна вказати таким чином:

I. Залежно від тривалості кон'юктурних коливань:

- 1) кон'юктури з довгими хвилями, які тривають 5-10 років;
- 2) кон'юктури з короткими хвилями. Вони обумовлені економічними та соціальними явищами, які носять періодичний характер. До них можна віднести:

а) коливання, пов'язані з визначеними строками платежів та поставок;

б) сезонні коливання;

в) коливання кон'юктур, обумовлені змінами в моді. Такі коливання кон'юктур мають кілька особливостей:

причини, які впливають на моду співпадають з причинами, що обумовлюють решту кон'юктур з короткими хвилями;

оскільки кон'юктури мод обумовлені не економічними причинами, а мають соціально-психологічний характер, то неможливо точно визначити їхню періодичність;

кон'юктуру мод можна назвати аномальним явищем, оскільки незважаючи на досить коротку тривалість коливань та незначну загальногосподарську інтенсивність, вони носять майже міжнародний характер;

3) кон'юнктурні коливання, які важко піддаються аналізу, так як вони характеризуються надзвичайно малою тривалістю коливань та значною локалізацією.

II. Залежно від причин кон'юнктури. Оскільки будь-яка подія може змінити співвідношення між попитом та пропозицією, тобто стати чинником утворення кон'юнктури. Залежно від цього розрізняють:

1) ендогенні кон'юнктури. Вони обумовлені внутрішніми причинами. Їх ще іноді називають господарські кон'юнктури або природні кон'юнктури, оскільки вони викликані причинами природного порядку;

2) екзогенні кон'юнктури (позагосподарські, соціальні кон'юнктури). Їх причинами є події політичного, соціального, технічного та правового характеру.

Окремою групою виділяється так звана антиципаційна кон'юнктура. В перекладі з німецької мови слово «Antizipation» означає «передбачення, прогнозування розвитку подій».

Варто зазначити, що С. О. Первушин економічну сутність кон'юнктурних процесів вбачав в ціннісних зрушеннях (зсувах), оскільки різні елементи системи цін (ціни на послуги, предмети споживання й засоби виробництва) мають однаковий напрямок, але в коливаннях різняться ступенем коливань, а також у часовій послідовності.

Ментор Бунятян сутність кон'юнктури розкривав в процесі пояснення такого явища, як коливання цін. У той же час, Вільгельм Репке наполягав на тому, що «проблему цін потрібно строго відділити від проблеми кон'юнктури».

Кон'юнктура ринку, чи ринкова кон'юнктура – це конкретна економічна ситуація, яка склалася на ринку в даний момент чи за обмежений відрізок часу під дією комплексу сил та чинників. Дещо інакше кон'юнктура ринку являє собою сукупність умов, в результаті яких формується конкретна ринкова ситуація.

Кон'юнктура як економічне поняття являє собою «процес капіталістичного відтворення в конкретних історичних умовах у всій його сукупності та ринковому прояві».

Кон'юнктура ринку являє собою «сформовану на ринку економічну ситуацію, що характеризує співвідношення між попитом і пропозицією, рівень цін, товарні запаси та інші економічні показники».

Кон'юнктура – сукупність умов, взаємозв'язків, ситуацій, обставин, здатних вплинути на реалізацію певних планів, програм, вирішити справу, досягти певних результатів.

Кон'юнктурою ринку називають сукупність конкретних умов суспільно-економічного, соціального, політичного характеру, що діють у певний час і суттєво впливають на співвідношення попиту і пропозиції в процесі руху товарів із сфери виробництва у сферу торгівлі і сферу споживання.

Кон'юнктура – це найважливіші ознаки, риси, показники, які характеризують поточний і перспективний стан розвитку економіки світового господарства, його окремих регіонів, країн, певної галузі або ринку товарів і послуг.

Кон'юнктурою ринку можна вважати економічну ситуацію, яка склалася на ринку і характеризується рівнями попиту та пропозиції, ринкової активності, цінами, обсягами продажу.

Поняття кон'юнктура включає в себе сукупність взаємопов'язаних між собою умов, що визначають (обумовлюють) перехід з одного стану в інший.

Під економічною кон'юнктурою слід розуміти «напрямок і ступінь зміни сукупності елементів економічних процесів на основі порівняння поведінки (змін) їхніх окремих елементів у динаміці».

Економічна кон'юнктура являє собою сукупність економічних умов, стан речей, збіг обставин, що може впливати на перебіг і результати процесів у країні, на окремих товарних чи регіональних ринках. Стан економіки, що характеризується рівнем ділової активності, динамікою виробництва і споживання, рухом цін, процентних ставок, валютного курсу, кредитно-банківської діяльності, зростання доходів, заробітної плати, дивідендів тощо.

Кон'юнктура являє собою конкретну економічну ситуацію, яка склалася на ринку в даний момент та в процесі її зміни з часом. Ця конкретна економічна

ситуація спричинена сукупністю умов, взаємозв'язків та певним збігом обставин, які діють в певний час і впливають чи можуть вплинути на перебіг та реалізацію планів, програм, результатів. Вони обов'язково пов'язані з розвитком товарного виробництва і їх можна охарактеризувати за допомогою низки показників та чинників, які піддаються кількісній чи якісній оцінці для аналізу поточної і прогнозу найближчої ситуації та на перспективу.

Як вже зрозуміло, кон'юнктура являє собою комплексне і швидкозмінне явище, яке відображає динамічність та стихійність, непередбачуваність розвитку ринку. Це зв'язано з тим, що ринкова кон'юнктура формується під впливом безлічі елементів та дій, які в свою чергу підпорядковуються імовірнісним законам. Кон'юнктуру ринку можна оцінити за допомогою ряду якісних та кількісних характеристик. Завдяки цим особливостям кон'юнктури, використання різноманітних саме статистичних методів збору, обробки та аналізу інформації дає можливість одержати ефективні та цінні результати.

Цим пояснюється особлива роль кон'юнктурних досліджень ринку, за допомогою яких можна вивчити ситуацію, яка складається в результаті дій чималої кількості соціально-економічних, демографічних, природних, суспільно-політичних та випадкових чинників.

Кон'юнктурні дослідження являють собою визначену систему дій, заходів науково-дослідної діяльності, спрямованих на одержання достовірних інформаційних матеріалів про стан кон'юнктури галузевого, товарного чи регіонального ринку про співвідношення попиту і пропозиції товарів та послуг, ступінь масовості попиту, відповідність обсягів, структури і якості товарної продукції обсягам, структурі і попиту, відповідність матеріально-технічної бази торгівлі потребам розвитку ринку тощо.

Слід зазначити, що хоча кон'юнктура певного товарного чи галузевого ринку розвивається не ізольовано, а пов'язана з кон'юктурою інших галузевих, товарних ринків та загальногосподарською кон'юктурою, все ж таки не можна та і не коректно, тенденції та основні характеристики загальногосподарської кон'юнктури механічно переносити на галузеві чи товарні ринки і навпаки. Тобто,

несприятлива кон'юнктура, яка склалася в одній галузі, може вплинути на стан справ у суміжній галузі. В зв'язку з цим, при аналізі стану кон'юнктури певної галузі обов'язково потрібно враховувати наявність взаємозв'язків та взаємовпливу даної галузі з іншими галузями і економікою взагалі. Крім того, кон'юнктура характеризується:

по-перше, постійною мінливістю, значними коливаннями;

по-друге, має суперечливий характер, оскільки різні кон'юнктурні показники в один і той же час відображають протилежні тенденції;

по-третє, нерівномірність, яка проявляється, коли динаміка розвитку різних показників має однаковий напрямок, але не співпадають їхні темпи;

по-четверте, кон'юнктура являє собою єдність протилежностей.

Обов'язковою умовою дослідження кон'юнктури ринку є постійне спостереження за ринком, оскільки ринок розвивається згідно з імовірнісними законами і піддається різним коливанням. Крім того, необхідно сформувати інформаційну базу для якісного та оперативного аналізу.

Основними джерелами інформації для кон'юнктурного аналізу є дані статистичної та податкової звітності. Також збирають інформацію, використовуючи методи вибіркового спостереження, спеціальних періодичних і моментних обстежень. Для одержання безперервної інформації використовують моніторинг. Кон'юнктурну інформацію можна одержати за допомогою кон'юнктурних індикаторів, тобто оцінюють показники, які характеризують основні параметри ринку, їх стан та зміну.

Кон'юнктурна інформаційна база даних повинна обновлятися з певною періодичністю, мати організовану структуру бази даних та репрезентативний ступінь охоплення ринку.

Оскільки значна частина кон'юнктурної інформації має попереджувальний характер, то завдяки цьому можна приймати не лише оперативні рішення з урахуванням конкретної ринкової ситуації, але й вносити зміни в майбутні плани залежно від основних тенденцій розвитку.

1.2. Основні завдання кон'юктурних досліджень ринку

Вивчення та дослідження кон'юнктури ринку, розробка стратегії розвитку підприємства чи галузі, на основі одержаної інформації в результаті дослідження, відносяться до важливих і необхідних завдань сучасності, але, в той же час є надзвичайно складним завданням, яке потребує сукупності спеціальних підходів та методів аналізу, дослідження та прогнозування різноманітних ринків. Це можна пояснити тим, що жодне сучасне підприємство не в змозі ефективно працювати, не маючи ефективної стратегії розвитку, яка б передбачала майбутні зміни і відповідала сучасним вимогам та існуючим підходам до планування та прогнозування. А, як відомо, планування і прогнозування – це такі процеси, які передбачають поєднання формальних та неформальних аспектів управління з метою забезпечення і досягнення необхідних показників діяльності підприємства, без яких неможливим є успішне функціонування підприємства у майбутньому.

Важливо усвідомити, що постійний аналіз та прогнозування кон'юнктури ринку є запорукою і, водночас, передумовою розробки та формування ефективної стратегії розвитку будь-якого підприємства, адже лише правильний аналіз ситуації, яка склалася на ринку та кон'юктурних показників ринку дає змогу підприємству визначити свої глобальні цілі та завдання.

У зв'язку з цим, небезпідставно вважається, що постійне вивчення динаміки кон'юктурних показників ринку дозволяє не лише аналізувати поточний стан кон'юнктури ринку на певний момент часу, але за умови науково обґрунтованого дослідження ринкових процесів скласти точний і достовірний прогноз розвитку ситуації та розробити можливі сценарії розвитку діяльності підприємств під час виникнення різних ситуацій у ринковому середовищі.

Таким чином, лише ті стратегії, які сформовані на результатах аналізу і прогнозу кон'юнктури ринку можна вважати ефективним управлінським процесом, який дає змогу організації досягати поставлені цілі та мати змогу до

економічного зростання і розвитку.

В умовах ринкової економіки та глобалізаційних процесів, виникла гостра потреба в поновленні дослідження кон'юнктури ринку як однієї із найвагоміших складових комплексного дослідження ринку. Оскільки проведення кон'юнктурних досліджень пов'язані з аналізом та прогнозуванням макроекономічної ситуації на ринку, виявленням загальноекономічних тенденцій розвитку, тому саме вони надають можливість своєчасно і ефективно розробити заходи та стратегії з метою усунення наявних чи можливих диспропорцій розвитку і т. д.

Перед кон'юнктурними дослідженнями стоять ряд завдань, які М. Д. Кондратьєв звів до трьох основних. Перш за все, необхідно охарактеризувати та дослідити фактичний стан і тенденції зміни кон'юнктури. По-друге, необхідно пояснити причини існуючого руху кон'юнктури і висунути її теорію. По-третє, кінцевою метою вивчення кон'юнктури є постановка та вирішення проблеми, пов'язаної з прогнозом зміни кон'юнктури.

В. Репке основними завданнями кон'юнктури називав:

- дослідження форм прояву кон'юнктури;
- дослідження факторів утворення кон'юнктури;
- установлення впливу кон'юнктури на окремі галузі економіки;
- групування показників кон'юнктури та їх значення;
- кон'юнктурна політика.

1.3. Характеристика підходів до визначення поняття «кон'юнктура» та підходів до класифікації видів кон'юнктури

В економічній літературі та серед науковців до цього часу не розроблено єдиної позиції та єдиного підходу щодо розуміння і трактування такої важливої економічної категорії як «кон'юнктура». Більшість науковців мають своє бачення, своє розуміння та свою трактовку даного поняття, залежно від низки умов та передумов, які лягли в основу їхнього власного понятійного апарату.

Не зважаючи на це, більшість визначень даної категорії не мають принципових розходжень і зводяться до того, що кон'юнктура взагалі являє собою ситуацію, яка склалася на певний момент часу на ринку і характеризується сукупністю умов та факторів, що діють на ньому.

Таким чином, відносно позицій науковців щодо поняття кон'юнктура, можна зробити висновок про те, що майже всі дослідники основою дослідження кон'юнктури виділяють ринок з його основними елементами та відносинами.

Розходження позицій економістів у визначенні категорії «кон'юнктура» узагальнено і згруповано за існуючими поглядами науковців та представлено на рис. 1.1.

Як видно з рис.1.1, немає діаметрально протилежних розходжень щодо розуміння та визначення поняття «кон'юнктура». На відміну від підходів до визначення даної категорії, існує безліч різноманітних підходів щодо ознак класифікації видів кон'юнктури, що можна бачити з рис. 1.2.



Рис.1.1 - Класифікація підходів до визначення поняття «кон'юнктура»

Об'єктами кон'юнктурних досліджень вважається народне господарство в цілому або окремий ринок, тобто можна виділити загальногосподарську кон'юнктуру та кон'юнктуру конкретного ринку. Під загальногосподарською кон'юктурою розуміється певна сукупність кон'юктур товарних чи галузевих ринків з урахуванням значної кількості відносин між ними. Крім того, вважається, що не товарні чи галузеві кон'юнктури формують загальногосподарську, а все відбувається навпаки.

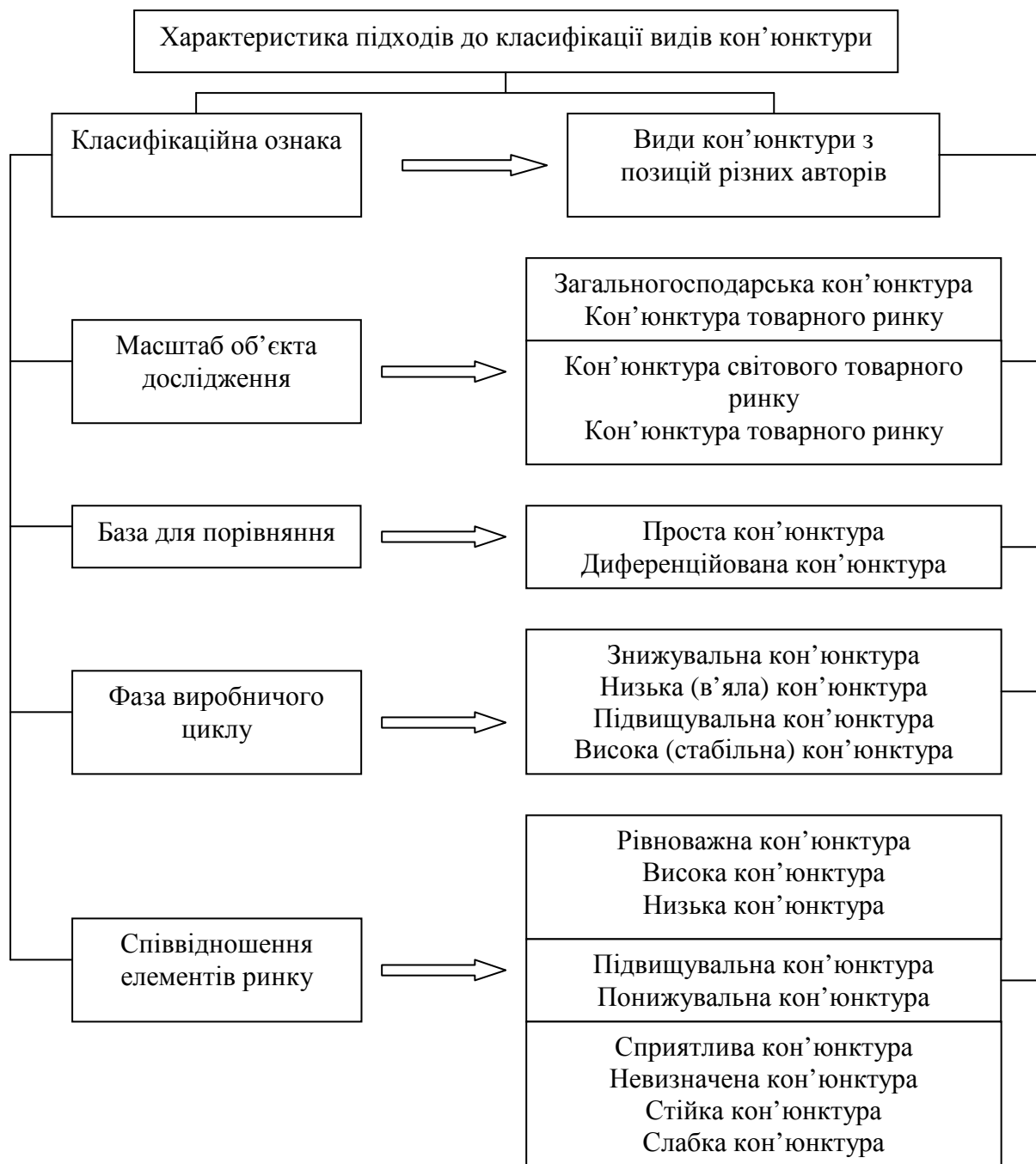


Рис. 1.2 - Характеристика підходів до класифікації видів кон'юнктури

Особливої уваги заслуговує класифікація, побудована М. Д. Кондратьєвим, який залежно від вибору бази для порівняння виділив просту та диференційовану кон'юнктуру. Під простою кон'юнктурою він розумів напрям рівня зміни елементів конкретної галузі в певний момент у порівнянні з попередніми періодами. Щодо диференційованої кон'юнктури, то це проста кон'юнктура окремої галузі, яка співвідноситься чи порівнюється з

кон'юктурою інших галузей, з якими таке співставлення є можливим та доцільним.

Існує підхід, згідно якого вивчення кон'юктури ринку базується на теорії циклічного розвитку економіки, в основі якої лежать фази виробничого циклу, тобто криза, депресія, поживавлення та підйом. Так як кожна фаза має свої особливості та певний стан, то це може сформувати різні види кон'юктури, згрупованих залежно від стану кон'юктури за чотирма ознаками: понижувальна, низька, підвищена, висока.

Понижувальна кон'юктура відображається у затоваренні ринку продуктами, скороченні кількості угод, зниженні ринкових цін, тобто перевищенні пропозиції над попитом, що притаманне фазі кризи.

Низька (слабка) кон'юктура характеризується пасивністю суб'єктів ринку, низькими стабільними цінами, що відповідає фазі депресії.

Підвищеній кон'юктурі властиве виснаження товарних запасів, товарний дефіцит, що обумовлено перевищенням попиту над пропозицією. Така кон'юктура відповідає фазі поживавлення.

Висока (стабільна) кон'юктура характеризується найбільшою активністю суб'єктів ринку, відносно стабільними високими цінами, що в основному є характерним у період підйому економіки.

Існує підхід, згідно якого характер та різновиди кон'юктури визначаються станом усіх елементів ринку, тобто попитом, пропозицією, ринковими цінами. Також тут враховується період часу, протягом якого зберігається відносно стійкий стан попиту та пропозиції, який і визначає види кон'юктури: рівноважну, високу і низьку.

При класифікації видів кон'юктури залежно від співвідношення основних елементів ринку можна виділити чотири різновиди кон'юктури: сприятливу, невизначену (вичікувальну), стійку і слабку.

Сприятлива кон'юктура – це така кон'юктура, що складається в умовах перевищення попиту над пропозицією при зростаючих цінах.

Невизначена (вичікувальна) кон'юктура існує у разі відсутності попиту

чи пропозиції в зв'язку зі зміною очікуваних ринкових цін.

Відсутність стійкої кон'юнктури визначається як ринкова ситуація, за якої досягається рівновага величини попиту та пропозиції при стабільних цінах.

Слабку кон'юнктуру пов'язують із ситуацією, яка характеризується або невизначеністю угод при сталих цінах (або при їх незначному зниженні), або повною відсутністю угод через зниження цін.

Аналіз наведених класифікацій дозволив виділити з усієї сукупності аналізованих підходів чотири найхарактерніші ознаки, які притаманні різновидам кон'юнктури (рис. 1.2).

Згідно з іншим підходом, класифікацію різновидів ринкової кон'юнктури надано в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 - **Класифікація видів кон'юнктури**

Класифікаційна ознака	Види кон'юнктури
За ознакою «ієрархії»	Загальногосподарська кон'юнктура
	Кон'юнктура товарного ринку
	Кон'юнктура світового ринку
За ознакою «ступінь складності»	Проста кон'юнктура
	Диференційована кон'юнктура
За ознакою «ступінь сприятливості»	Несприятлива кон'юнктура
	Сприятлива кон'юнктура
За ознакою «ступінь стійкості»	Нестійка (невизначена) кон'юнктура
	Стійка (рівноважна) кон'юнктура

Заслуговує на увагу інший підхід до класифікації різновидів економічної кон'юнктури, який окрім перелічених вище, включає наступні параметри:

параметр «час»;

параметр «територія»;

параметр «товар-галузь».

Параметр «час» вимірює часову площину, в якій відбуваються ринкові процеси. Часову характеристику ринку виділяють практично всі автори. Так з

погляду М. Д. Кондратьєва, оскільки економічна дійсність динамічна за самою своєю суттю, то «кон'юнктура» є видовим поняттям відносно загального, родового поняття "економічна динаміка". Співвідношення родового і видового понять у даному випадку і є сполучення сутності і форми відносно параметра «час». Параметр «час» відбиває зміну конкретно-історичних умов, ступінь розвитку продуктивних сил і виробничих відносин.

Необхідно відзначити, що коли часову характеристику ринку виділяють практично всі автори, то про існування рівнів параметра «час» говорять лише окремі. Ф. Г. Піскопель висловлює думку, що аналіз кон'юнктури можна вести як шляхом вивчення динаміки, ставлячи при цьому завдання з'ясування тенденцій розвитку кон'юнктури, так і часову на певну дату, визначаючи при цьому її стан. У свою чергу, С. П. Нікітін розрізняє короткочасну ринкову ситуацію, середньострокову і довгострокову. В. А. Карпов і В. Р. Кучеренко в такий спосіб характеризують статику і динаміку кон'юнктури: «Стан кон'юнктури ринку характеризує виробництво і реалізацію товару за визначений термін або ситуацію на ринку в конкретний момент».

Нижнім рівнем параметра «час» можна вважати розглядання стану ринку з позицій економічної статистики, що фіксує стан, в якому знаходиться ринок у конкретний момент часу. Для кон'юнктурного дослідження також становить інтерес розгляд кон'юнктури з позицій економічної динаміки, що на підставі порівняння станів дозволяє визначити короткострокові, середньострокові і тривалі тенденції в розвитку ринку. На зміну однієї тенденції приходить інша, визначаючи тим самим етапи розвитку ринку. У цьому випадку тривалість періоду може бути подано як рівень параметра: короткостроковий, середньостроковий, довгостроковий.

Таким чином, можна виділити чотири рівні параметра «час», що є межами об'єкта кон'юнктурних досліджень у часовій площині:

- кон'юнктура на визначену дату;
- кон'юнктура за короткостроковий період;
- кон'юнктура за середньостроковий період часу;

кон'юнктура за довгостроковий період часу.

Під час вивчення кон'юнктури можна не лише охоплювати певний проміжок часу її зміни, але і зорієнтувати свою увагу на її минулих тенденціях, сучасних та майбутніх. Тому доцільно виділяти кон'юнктуру, що:

- 1) характеризує ситуацію в минулому;
- 2) поточну кон'юнктуру;
- 3) прогнозовану кон'юнктуру на певний період у майбутньому.

Параметр «територія» вимірює територіальну площину, в якій відбуваються ринкові процеси. Економічні відносини є частиною матеріальної дійсності, а, отже, територія є їхньою іманентною характеристикою. Виділення рівнів параметра «територія» визначено специфікою виробництва і споживання того або іншого товару в територіальному розрізі. М. Д. Кондратьєв залежно від масштабу розрізняє кон'юнктуру світового господарства, народного господарства країни, району. І. К. Біляєвський розрізняє такі рівні просторової структури ринків:

- міжнародний;
- регіональний;
- муніципальний або місцевий.

Таким чином, рівнями параметра «територія», що визначають межі об'єкта кон'юнктурних досліджень у часовій площині, є:

- 1) кон'юнктура місцевого ринку;
- 2) кон'юнктура регіонального ринку;
- 3) кон'юнктура національного ринку;
- 4) кон'юнктура міжнародного ринку .

Параметр кон'юнктури «товар-галузь» вимірює товарно-галузеву площину, у якій відбуваються ринкові процеси. Основу попиту та пропозиції складає задоволення потреб. Різноманітність потреб обумовлює різноманіття товарів, що припускає виділення товарно-галузевої площини як характеристики ринкових процесів і, відповідно, кон'юнктурного параметра. Ф. Г. Піскоппель звертає увагу на те, що поряд із загальними закономірностями, які неоднаково

впливають на всі товарні ринки, є ще й інші, властиві окремим товарним ринкам.

С. П. Нікітін вважає, що рух кон'юнктури окремих товарів і галузей перебуває під впливом окремих, специфічних закономірностей, властивих тільки цим сегментам ринку.

Таким чином, по-перше, тенденції на одних ринках не можна механічно переносити на інші, навіть суміжні ринки. По-друге, ситуація на ринку певного товару значною мірою залежить від стану на ринках інших товарів. Це положення справедливе стосовно як однієї номенклатурної групи, так і продукції різних галузей.

Таким чином, зрозуміло, що кон'юнктура є надзвичайно різноманітною і потребує постійного вивчення та дослідження. Це можна пояснити тим, що постійні дослідження дають можливість повно та всебічно враховувати вплив різноманітних кон'юнктурутворюючих факторів і передбачати показники для забезпечення ефективного розвитку в умовах ринкової економіки.

1.4. Історичний досвід дослідження економічної кон'юнктури

Необхідність проведення кон'юнктурних досліджень з'явилась з моменту зародження ринку та виявлення його складових елементів, механізмів, законів. Початок систематичним дослідженням економічної кон'юнктури був покладений в перші десятиліття ХХ ст., коли в умовах інтенсифікації економічного росту в передових країнах став з'являтися попит на прогнози розвитку ринку.

Проблемі дослідження економічної кон'юнктури присвячені праці Гейця В., Карпова В., Клінова В., Крючкової І., Кучеренко В., Лукінова І., Піскоппеля Ф., Рождественської Л. та інших вчених. Проте питання вивчення досвіду досліджень економічної кон'юнктури потребує подальших досліджень. Особливо це актуально для України, в якій тільки починає формуватися система кон'юнктурних досліджень ринку.

Дослідження економічної кон'юнктури розвивались на емпіричній основі і мали прикладний характер, так як були покликані сприяти вирішенню практичних завдань, які виникали внаслідок зміни темпів і пропорцій зростання ринку разом з еволюцією економічної системи в міру розвитку виробничих сил. У джерел практичних кон'юнктурних досліджень стояли видатні економісти. Основи сучасної методології економічних досліджень заклали:

- 1) професор Гарвардського університету, розробник еталонного економічного барометра М. Персонс;
- 2) професор Колумбійського університету, засновник Національного бюро економічних досліджень У. Мітчелл;
- 3) лауреат Нобелівської премії 1971 р. С. Кузнець;
- 4) професор Римського університету, голова Центрального інституту статистики в 1926-1932 рр. Коррадо Джині;
- 5) голова Інституту кон'юнктурних досліджень в Берліні Ернст Вагеман;
- 6) засновник Австрійського інституту кон'юнктурних досліджень, лауреат Нобелівської премії 1974 р. Фрідріх А. фон Хайек.

Взаємодія прикладних і теоретичних досліджень макроекономічних процесів стала особливо продуктивною після того, як провідними службами спостереження за економічною кон'юктурою стали центри економічної науки і статистики. Виникнення перших спеціалізованих організацій, що займаються дослідженням в цій області, фахівці відносять до початку ХХ ст., коли в США та країнах Західної Європи почали з'являтися приватні і державні установи з дослідження ринкової кон'юнктури. Згідно оцінок американського журналу "Бізнес уік", в 1959р. більш ніж 100 різних бюро-консультантів в США мали біля 300000 підписників, які користувалися порадами спеціалістів з кон'юнктури.

Після другої світової війни майже у всіх капіталістичних країнах виникли кон'юнктурні інститути. Значну увагу дослідженню кон'юнктури стали приділяти крупні компанії. Згідно з даними Американської асоціації з проблем управління, спеціальні відділи з дослідження кон'юнктури були створені в

крупних компаніях в основному після 1955 р., і до середини 1960-х р. більше 60% крупних компаній мали свої кон'юнктурні служби.

В Україні одним з перших дослідженням кон'юнктури займався відомий вчений М. Туган-Барановський. Саме за участю М. Туган-Барановського, під час створення Української Академії наук у 1918 р., була укладена програма діяльності соціально-економічного відділу, що передбачала створення ряду нових інститутів, серед яких уперше у світовій академічній структурі було організовано Інститут для вивчення економічної кон'юнктури. Проте розгорнути наукові дослідження не вдалося: у січні 1919 р. помер М. Туган-Барановський, а зміна властей у Києві змусила співробітників емігрувати.

Протягом деякого часу осередком кон'юнктурних досліджень в СРСР був Кон'юнктурний інститут, створений М. Кондратьєвим в 1920 р. в Москві. Під час існування Кон'юнктурного інституту, починаючи з середини 1922 р., видавався щомісячний «Економічний бюлетень Кон'юнктурного інституту» і періодично, як додаток теоретичного характеру до нього, - «Питання кон'юнктури», а також готувалися до видання праці Кон'юнктурного інституту.

Організація дослідження і прогнозування кон'юнктури ринку в останнє десятиріччя стали характерними для діяльності багатьох компаній і фірм практично у всіх розвинутих країнах світу. Дослідження кон'юнктури стало невід'ємним атрибутом управління економічними процесами. В США цим питанням займаються в багатьох університетах і фірмах. Серед основних європейських організацій, які досліджують кон'юнктуру виділяються: Інститут прикладних системних досліджень в Люксембурзі; Асоціація Європейських Кон'юнктурних Інститутів в Брюсселі (AIECE), в структуру якої входить понад 20 національних кон'юнктурних інститутів Європи. В Україні також складається система спостереження за економічною кон'юнктурою. Однак досліджувати кон'юнктуру вітчизняного ринку сьогодні надзвичайно важко. По-перше, український ринок сильно відрізняється від ринку інших країн, що вимагає особливого підходу до його дослідження. По-друге, українські

спеціалісти ще не мають достатнього досвіду в проведенні таких досліджень.

Таким чином, для вітчизняних дослідників дуже важливо ознайомитися із передовим зарубіжним досвідом і на цій основі розробити власну систему спостереження за економічною кон'юктурою.

Контрольні запитання для самодіагностики:

1. Дослідити процес становлення поняття «кон'юнктура».
2. Перелічити основні завдання, які можуть бути вирішеними при проведенні кон'юнктурних досліджень.
3. Назвати основні етапи проведення кон'юнктурного дослідження.
4. У чому полягає науковий підхід до проведення кон'юнктурного дослідження?
5. Що являють собою поняття «кон'юнктура», «кон'юнктура ринку»?
6. Яка різниця між кон'юнктурним дослідженням і іншими видами досліджень?
7. Вплив Кон'юнктурного інституту при Тимірязівській академії на розвиток кон'юнктурного вчення.
8. У чому полягає різниця у поглядах С. Первушина, В. Репке, І. Біляєвського та інших учених щодо кон'юнктурного феномена?
9. Які є форми прояву кон'юнктури?
10. У чому полягає вклад М. Д. Кондратьєва в науку щодо кон'юнктури та кон'юнктурних досліджень?

ТЕМА 2. РІВНОВАГА В ЕКОНОМІЦІ І КОН'ЮНКТУРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Рівновага в економіці, економічна статика і динаміка.

2.2. Види економічних процесів.

2.3. Зміст і форми прояву макроекономічної нестабільності.

2.4. Характеристика макроекономічних показників і параметрів економічного циклу.

2.5. Класифікація економічних циклів та причини виникнення циклічних коливань в економіці.

2.6. Циклічні коливання економічного росту. Теорія економічних циклів.

2.6.1. Промисловий економічний цикл.

2.6.2. Еволюція економічних циклів.

2.6.3. Причини середніх циклічних коливань.

2.6.4. Теорія довгих хвиль Кондратьєв М.Д.

2.7. Кризи в розвитку соціально-економічних систем.

2.7.1. Загальні поняття і типологія криз.

2.7.2. Цикли суспільного відтворення та їхня роль у виникненні економічних криз.

2.7.3. Основні теорії економічних криз.

2.7.4. Технологія антикризового управління.

2.8. Теорія і методологія інноваційного розвитку економіки.

2.9. Класифікація інновацій та інноваційних підходів.

2.1. Рівновага в економіці, економічна статика і динаміка

Світова економіка і економіка будь-якої країни є системою зі складними зв'язками та взаємодіями. Як будь-яка система економіка перебуває в постійному русі. Кожний, окремо взятий суб'єкт господарської діяльності, є самостійним елементом економічних взаємин, для якого важливо мати певні уявлення про функціонування цієї системи й напрямки її розвитку. Особливість

людського мислення така, що кожне з природних явищ (у т. ч. і економічних) вона бачить у статичному ракурсі, зафіксованому на певному моменті часу. Однак вивчення розвитку системи вимагає порівняння цих моментів. Порівняння стану економічної системи прийнято називати динамікою процесу. Оцінка динамічного процесу й становить основу кон'юнктурних досліджень.

Будь-яка конкретна соціально-економічна дійсність мінлива, різноманітна й складна. І ми маємо можливість у цьому постійно переконуватися. Саме ця її особливість створює труднощі наукової оцінки й практичної реалізації тих або інших уявлень про економічну дійсність.

Шляхом розбивки економічної системи на однорідні елементи, які піддаються аналізу, можна послідовно змодельовати поведінку всієї системи. При цьому окремі елементи системи фіксуються на певний статичний момент часу. Окремий елемент будь-якої системи, який можна охопити певним уявленням про його поведінку, прийнято називати горизонтом пізнання.

До вивчення ж економічного життя можна підходити як зі статичної, так і з динамічної точок зору.

Під економічною статикою розуміється така теорія і практика, яка розглядає економічні явища поза зміною в часі. Навпаки, економічна динаміка вивчає економічні явища в процесі їхньої зміни в часі.

Методи кон'юнктурного аналізу становлять сполучну ланку в уявленнях про статичні елементи економічної системи (суб'єкти господарювання, держави, власності і т. д.) і їхню поведінку в економічній системі та в часі.

Для аналізу економічної кон'юнктури дуже важливе значення має поняття стан системи.

Для статистики основною категорією аналізу об'єкта слугує категорія незмінності, тотожності. З цими категоріями пов'язана концепція статичного стану рівноваги економіки.

Для динаміки основною категорією є зміна, розбіжність елементів системи. Однак динаміка може використовувати категорію динамічної рівноваги.

Але постає питання, чи існує рівновага економіки взагалі.

Під станом рівноваги економіки розуміють здатність економічної системи повертатися у вихідний стан після впливу на неї зовнішніх, випадкових або нових, нехарактерних для неї «збурювань». При цьому вважається, що середні кон'юнктурні показники коливаються навколо певного середнього свого значення, яке і визначає точку рівноваги. Вже в самому цьому визначенні розкривається сутність коливальності економічних процесів.

Незважаючи на досить загальні уявлення про поняття рівноваги в економіці, думки економістів розходяться у визначенні механізму її встановлення. У загальному вигляді є дві основні моделі економічного росту: неокласична (Солоу, 1956 р.) і неокейнсіанська (Харрода – Домара, 1948 р.).

Перша модель застосована для пояснення динамічної рівноваги в економіці на довгих інтервалах часу і пов'язана з концепцією глобальної світової рівноваги в економіці.

Друга описує динаміку циклічності в економіці на коротких інтервалах часу, підкреслюючи нерівновагу в економіці.

Однак, ці точки зору не суперечать одна одній, оскільки «вони належать до різних економічних феноменів».

Економічна система є частиною більшої системи людського буття, тому говорити про рівновагу економіки, як про її незмінну властивість, не доводиться, що підкреслюється історичним досвідом. Крім того, складна економічна структура дозволяє говорити про локальну (часткову) рівновагу, яка призводить до несподіваних і значних змін економічної структури і появи нових стаціонарних станів. Якщо розглядати економіку (позначивши її літерою S) спрощено у вигляді кола, то локальна рівновага – це певний рух системи з однієї точки до іншої.

Процеси такого роду прийнято називати становленням. У процесах становлення поведінка економіки перестає бути чітко детермінованою. У ній періодично виникають потенційно нові точки рівноваги. При цьому горизонт пізнання різко звужується і методика кон'юнктурних змін зазнає значних змін.

Існує дві основні точки зору на стан локальної нерівноваги:

1) при виході з рівноваги в економіці виникають сили, що повертають її в колишній рівноважний стан;

2) стан нерівноваги є характерним для економіки.

Друга передбачає дві ймовірності виходу з нього:

якщо збурення невелике, економічна система самостійно повертається у вихідний стан;

якщо збурення велике, економіка не може повернутися у вихідний стан.

В останньому випадку в економічній системі неминуче виникнуть численні структурні зміни, не прогнозовані за тимчасовим фактором, і сама система буде рухатися до нової рівноваги, і саме така точка зору пояснює всі види економічних процесів.

Таким чином, за своїм змістом поняття «економічна рівновага» досить просте, під яким розуміють такий стан економіки, при якому досягається стале урівноваження та взаємне збалансування структур, що протистоять одна одній (виробництво і споживання, попит і пропозиція тощо).

У ринкових системах урівноваження досягається завдяки ринковому механізму через встановлення відповідних пропорцій. Рівновага відбиває внутрішній стан ринкової системи, яка самоупорядковується. За визначенням П. Самуельсона, рівновага - це такий стан економіки, при якому зберігається здатність її до саморегулювання: у випадку відхилення економічної системи від збалансованого стану в дію автоматично включаються сили, які намагаються відновити порушені структурні зв'язки.

В умовах сьогодення в системі економічної рівноваги поряд з ринковими відносинами значне місце має державне регулювання. Формування економічної рівноваги неможливе без поглиблення суспільного поділу праці. Саме суспільний поділ праці, його рівень і характер, що притаманні тій чи іншій економічній системі, зумовлюють суттєві ознаки механізму ринкової рівноваги, принципи його формування і функціонування, визначають специфіку його дії в конкретних історичних умовах. Ступінь

розвитку та економічні межі суспільного поділу праці, в свою чергу, залежать від можливостей досягнення структурної збалансованості економічних зв'язків, їхнього рівноважного стану. Взаємозв'язок між економічною рівновагою і суспільним поділом праці характеризується тим, що досягнення першої є умовою вдосконалення макроструктури суспільного виробництва. Об'єктивну зумовленість характеру і рівня розвитку суспільного поділу праці й процесів, для яких він є матеріальною основою, можливостей досягнення економічної рівноваги можна розглядати як один з найважливіших законів ринкової економіки.

За змістом система економічної рівноваги багаторівнева. В економічній теорії розмежовують рівновагу обміну, виробництва, розподілу та споживання. У сукупності вони формують загальну систему економічної рівноваги відтворювального процесу. Одночасно виділяються умови статичної рівноваги і умови рівноваги економіки, що динамічно розвивається. При цьому статичну рівновагу розглядають не як самоціль, а лише як попередню сходинку до визначення принципів збалансованості економічних процесів, що реально розвиваються. В теорії також виділяють поняття повної та часткової, тимчасової і постійної рівноваги.

Епіцентром формування рівноваги в ринковій економіці є потреби людини. Тому вихідною ланкою багатоструктурного механізму ринкової рівноваги є рівновага між платоспроможним попитом населення і пропозицією. У ринковій економіці основною ланкою врівноваження попиту і пропозиції є природна ціна продукції, що реалізується, або ціна рівноваги. Вона формується в точці перетину кривих попиту і пропозиції й визначається як базова ціна, до змін якої змушена пристосовуватися економіка: зростання ціни приводить до розширення пропозиції порівняно з попитом, а падіння - до розширення попиту порівняно з пропозицією.

Йдеться про ідеальні умови виробництва і реалізації продукції - наявність конкуренції і економічних зв'язків, за яких автоматично забезпечується рівність попиту і пропозиції. Виробництво породжує доходи, на які обов'язково

купуються товари відповідної вартості, і пропозиція товарів сама створює необхідний попит.

Сталість економічної рівноваги визначається також широтою ринку: чим ширший ринок, тим менші коливання його цін і тим ближчі вони до вартісних пропорцій. Важливою умовою досягнення економічної рівноваги є розвиток національного ринку до інтернаціональних меж. Формування цілісної системи світового господарства припускає рівновагу не лише міжгалузевої структури товарного обміну, а й взаємну збалансованість економічних ресурсів - основних факторів виробництва.

Стан економічної рівноваги не статичний. Структурні зв'язки динамічні, завдяки чому здійснюється вдосконалення їх. За своїм характером ринкова рівновага завжди відносна. Тому економічний розвиток може бути зображений як циклічний рух від рівноваги, яка склалася, до порушення її і далі до формування на більш високому рівні нової рівноваги більш складного порядку. У теорії циклічності рівновагу розглядають як вихідний стан економічної динаміки. Коли структурні порушення відтворювальних зв'язків досягають критичної величини, відбудова стану рівноваги здійснюється нерівномірно через економічні кризи. В цьому випадку економічні кризи виконують функцію специфічного інструменту насильницького подолання диспропорцій, що виникли, і відбудови порушеної рівноваги. Відновити порушену рівновагу можна не тільки насильницьким, кризовим, а й еволюційним шляхом, оскільки рівноваги можна досягти і на основі застосування засобів антициклічної політики держави та міждержавних об'єднань. Можливість вирівнювання кривої економічного зростання на інституціональній основі не дає підстав вважати можливим усунення факторів циклічності. Дія останніх є суб'єктивною і їх слід обов'язково враховувати в економічній політиці. Отже, економічна політика як на мікро-, так і на макрорівні управління повинна містити в собі антициклічні елементи.

2.2. Види економічних процесів

Методика кон'юнктурних досліджень залежить від характеру й виду економічних процесів.

Найбільш загальна класифікація видів економічних процесів є такою.

Залежно від динаміки розвитку економічні процеси поділяють на еволюційні та хвилеподібні.

Еволюційні процеси – це неповторні чи необоротні процеси, які за умови відсутності різких сторонніх впливів відбуваються у тому самому напрямку з певною тенденцією росту або зниження показників, наприклад, тенденція росту населення, збільшення обсягу виробництва і т. д.

Так як еволюційні процеси є неповторними та необоротними, то вони являють собою процеси від однієї локальної рівноваги до іншої. Вони підкреслюють динаміку нерівноваги в економіці та характеризують не тільки різні значення обсягів у різні періоди часу, а й різні збіги обставин, які ніколи не будуть повторюватися.

Процеси переходу з одного стану рівноваги до іншого є еволюційними.

Хвилеподібні процеси – це повторювані чи оборотні процеси, при яких однакові значення показників можуть бути досягнуті в різні періоди часу з однаковими або подібними супутніми збігами обставин. У цьому випадку динаміка розвитку процесу коливається біля якогось середнього значення.

Економічний розвиток країни в цілому є необоротним процесом. Він характеризує, головним чином, перехід від однієї стадії на іншу, а умови зміни цього ходу безперервно змінюються. Загальноекономічний процес, якщо розглядати його у всій складності, необоротний. Однак група його економічних елементів, таких як ціни, заробітна плата, рівень безробіття і т. д., виявляє хвилеподібні оборотні рухи. Вони пояснюють коливання, яким підлягає загалом необоротний еволюційний розвиток економіки.

Хвилеподібні процеси описують стан періодичного відхилення системи від середнього значення рівноваги. Ці процеси характеризуються

повторюваністю і оборотністю.

Еволюційні та хвилеподібні процеси можуть бути піддані коливальним збуренням постійного (хвилеподібного) і випадкового характеру.

Циклічні коливання в економіці – це багатofакторний процес, у якому поєднується дія різноманітних механізмів, що генерують і поширюють циклічні імпульси. Проблема циклічності розвитку фокусує у собі різноманіття господарських зв'язків. Періодичні підйоми і спади, які констатують циклічну форму руху, спостерігаються в динаміці практично всіх економічних показників, а сам феномен циклічності пов'язаний не із зовнішніми, поверхневими характеристиками відтворення, а з його найглибшими основними рисами.

Підсумкова крива розвитку може бути подана у вигляді суми коливальних процесів з різною частотою відносно середньої лінії (тренда). У точнішому формулюванні цієї гіпотези передбачається, що підсумкова крива є суперпозицією хвиль кратних довжин. Кожному етапу й кожній фазі довгої хвилі відповідає хвиля (або цикл) меншої довжини.

У результаті накладення хвиль різної довжини через наявність окремих імпульсів і перехідних процесів підсумковий тренд стає розмитим, і слід говорити не стільки про визначення довжини, скільки про діапазони довжин хвиль.

При кон'юнктурному аналізі велике значення має напрямок розвитку економічного процесу. З погляду спостерігача процес може мати підвищувальний і знижувальний характер. Сам характер процесу підкреслює стан економічних суб'єктів господарювання в даній економічній системі в цей момент часу.

Необоротний знижувальний процес в економіці прийнято називати ентропією економіки (її динамічним руйнуванням). Прискорена ентропія характеризує її стагнацію (необоротне руйнування – крах економіки).

2.3. Зміст і форми прояву макроекономічної нестабільності

Інтерес до вивчення циклічної динаміки не є постійним. Лише впродовж XIX-XX ст. і особливо, на початку XXI ст. відбувалося підвищення інтересу до даного питання, що пояснюється соціально-економічною дійсністю цих років.

Теорія економічного циклу як і теорія економічного зростання характеризують динаміку на макроекономічному рівні. Теорія економічного зростання присвячена вивченню факторів і умов зростання як довготривалої тенденції. Теорія економічного циклу досліджує причини коливань економічної активності у часі. Напрямок і ступінь зміни сукупності показників, які характеризують рівноважний розвиток економіки, становлять загальноекономічну кон'юнктуру.

Як відомо, процес відтворення – це безперервне явище, і не зважаючи на те, що довгострокове зростання не можна охарактеризувати як рівномірне, будь-яка країна, галузь, підприємство прагнуть до економічного зростання.

Будь-яка економічна криза – це складний комплекс явищ, які відбуваються в логічній послідовності. Перед кожною кризою спостерігається розширення виробництва і зростання товарних цін. Потім ціни падають, а в сфері грошово-кредитного обігу починаються зміни, які завершуються повною руйнацією кредиту. Явища, які відбуваються на грошовому ринку в період зростання економіки та в період її спаду являються надзвичайно типовими, а тому їх можна завчасно передбачити.

Досліджуючи економічні (промислові) кризи XIX ст., Карл Маркс вважав, що головною причиною циклічних коливань капіталістичної економіки є основна суперечність капіталізму, а саме – між суспільним характером виробництва та приватнокапіталістичною формою власності, яка має такі форми прояву:

суперечність між виробництвом та споживанням;

нерівномірність та непропорційність розвитку різних сфер і галузей виробництва;

суперечність між планомірною організацією виробництва в межах окремих підприємств та стихійним розвитком економіки в цілому.

Періодичність та повторюваність циклічних коливань К. Маркс пов'язував із матеріальною основою криз, тобто періодичністю оновлення основного капіталу, яка на той час становила 8-10 років.

Ідея економічних циклів належить французькому вченому Клементу Жугляру, який розпочав досліджувати ці питання в середині XIX ст. До К. Жугляра вчені вивчали не цикли, а кризи. Він пов'язував середньострокові цикли з оновленням активної частини основного капіталу і визначив тривалість циклу в 7-11 років.

Варто зазначити, що розвиток економіки відбувається не прямолінійно, а хвилеподібно зростаючи через чергування етапів піднесення і спадів рівнів ділової активності. Не зважаючи на це, макроекономічні коливання в економіці відбуваються не хаотично, а у формі економічних циклів.

Економічний цикл – це форма, в якій відбувається рух економіки. Економічним циклом є послідовність етапів піднесення і спадів макроекономічної активності протягом кількох років (рух суспільного виробництва від одного кризового явища до іншого, що постійно повторюється).

Кожний економічний цикл представляє собою послідовність альтернативних фаз, які повторюються одна за одною. Уільям К. Мітчелл в економічному циклі виділяв такі фази: криза (спад) – депресія (застій)– поживлення – піднесення.

Так як розвиток економіки відбувається нерівномірно і безперервно, тому динаміка макроекономічних показників має хвилеподібний вигляд, оскільки у кінці попереднього і при проходженні нового циклу відбувається погіршення показників, на нижньому рівні встановлюється короткострокова рівновага, під час поширення нового економічного циклу показники різко зростають, на верхньому кінці піднесення досягається рівновага, а потім знову відбувається спад економіки.

Криза – це початкова і головна фаза циклу, яка завершує попередній цикл і починає наступний. Криза, що порушує нормальний хід економічного розвитку. Цю фазу економічного циклу можна охарактеризувати наступним чином:

- розпочинаються труднощі збуту продукції в оптовій та роздрібній торгівлі;
- розпочинається процес затоварювання, тобто коли відбувається нагромадження запасів;
- скорочується виробництво, а це зменшує сукупний попит на інвестиції, предмети споживання і працю;
- закривається і банкрутує частина підприємств, зростає безробіття, зменшуються реальні доходи населення;
- з обігу зникають вільні грошові кошти, а це ускладнює процес розрахунків між виробниками, різко зростає попит на позичковий капітал, збільшується процентна ставка на кредит;
- паніка охоплює ринок цінних паперів, курс яких різко знижується.

Саме таким чином проявляється об'єктивна реакція ринкового механізму на порушення рівноваги між попитом та пропозицією, виробництвом та споживанням, тобто порушенням пропорцій економіки. Скорочення виробництва в період кризи поступово призводить до встановлення необхідних пропорцій, і, як результат, ринкова економіка входить у наступну фазу економічного циклу, яка називається депресією.

Депресія – це та фаза економічного циклу, яка, власне, проявляється у застої виробництва. Цій фазі притаманні наступні процеси:

- відтворення є простим, виробництво не розширюється, але і не звужується;
- поступово реалізуються товарні запаси, які нагромадилися під час кризи в умовах різкого зменшення платоспроможного попиту;
- рівень безробіття залишається високим, але стабільним;
- в умовах скорочення виробництва, процентна ставка за кредит падає до

свого мінімального значення;

- поступово зростає сукупний попит і формуються умови для поживавлення виробничо-комерційної діяльності.

Поживавлення – це та фаза економічного циклу, яка розпочинається із невеликого зростання обсягів виробництва та помітного скорочення виробництва. Схематично її можна описати так:

- підприємці, намагаючись відновити прибутковість виробництва, замінюють стару техніку і технології на нові, більш прогресивні;

- в результаті створених передумов для нарощування сукупного попиту на нові інвестиції, відбувається масова заміна основного капіталу;

- масова заміна основного капіталу дає можливість до зростання обсягів виробництва у галузях, які виробляють засоби праці;

- відбувається стимулювання попиту на сировину, матеріали, енергію, предмети особистого споживання для робітників, які поступово залучаються у суспільне виробництво;

- обсяг виробництва досягає докризового рівня, зростають ціни, прибуток, зарплата, економіка вступає у фазу піднесення.

Піднесення – фаза циклу, коли обсяги виробництва перевищують рівень попереднього циклу і зростають високими темпами. У фазі піднесення відбуваються такі зміни:

- будуються нові підприємства;

- зростають зайнятість, доходи домогосподарств, прибутки підприємств;

- розширюється попит на товари і ресурси;

- поступово зростає ставка банківського процента;

- активізується комерційна діяльність;

- прискорюється обіг капіталу;

- розпочинається економічний бум, тобто швидке економічне зростання, що є підґрунтям наступної кризи, а значить, і циклу.

2.4. Характеристика макроекономічних показників та параметрів економічного циклу

Залежно від того, як змінюється значення макроекономічних параметрів у процесі циклічного розвитку економіки вони поділяються на: проциклічні, контрциклічні та ациклічні; також виділяють три види параметрів за ознакою синхронізації, а саме: випереджувальні, запізнювальні, співпадаючі (рис. 2.1-2.2).

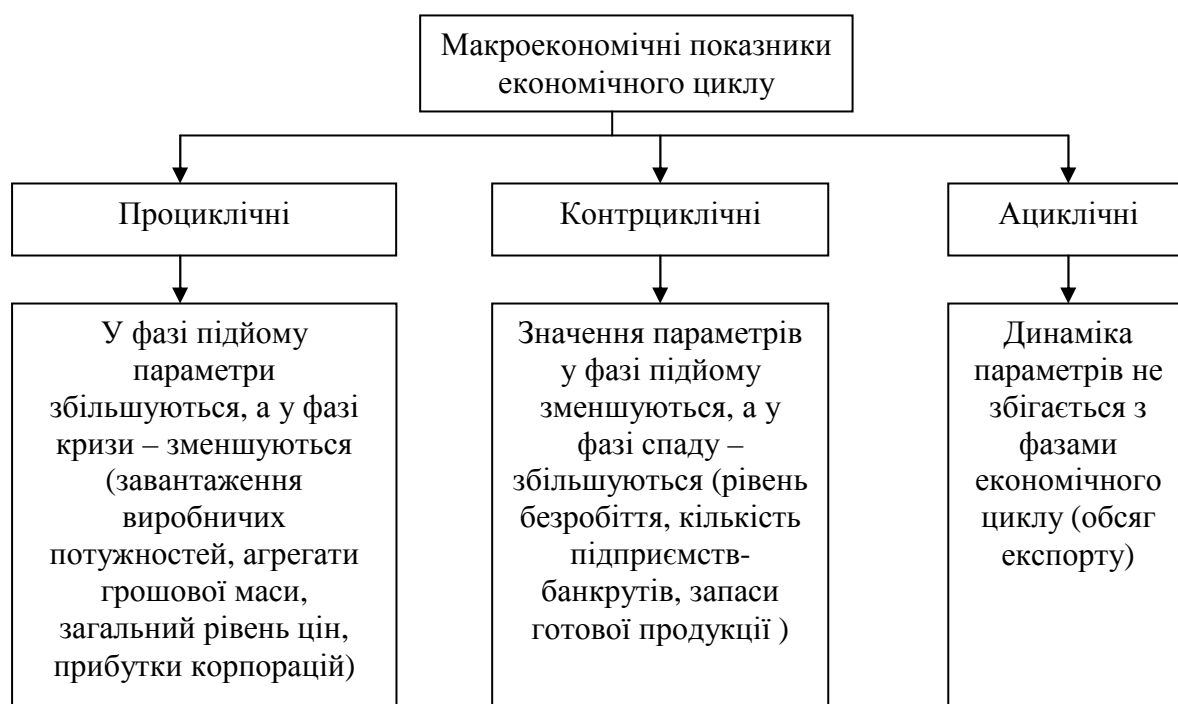


Рис. 2.1 - Класифікація макроекономічних показників економічного циклу

Врахування зміни макроекономічних показників на кожному з етапів економічного циклу забезпечить своєчасне застосування інструментарію антикризового управління, що дасть змогу тримати ключові макроекономічні пропорції в проведенні структурної політики.

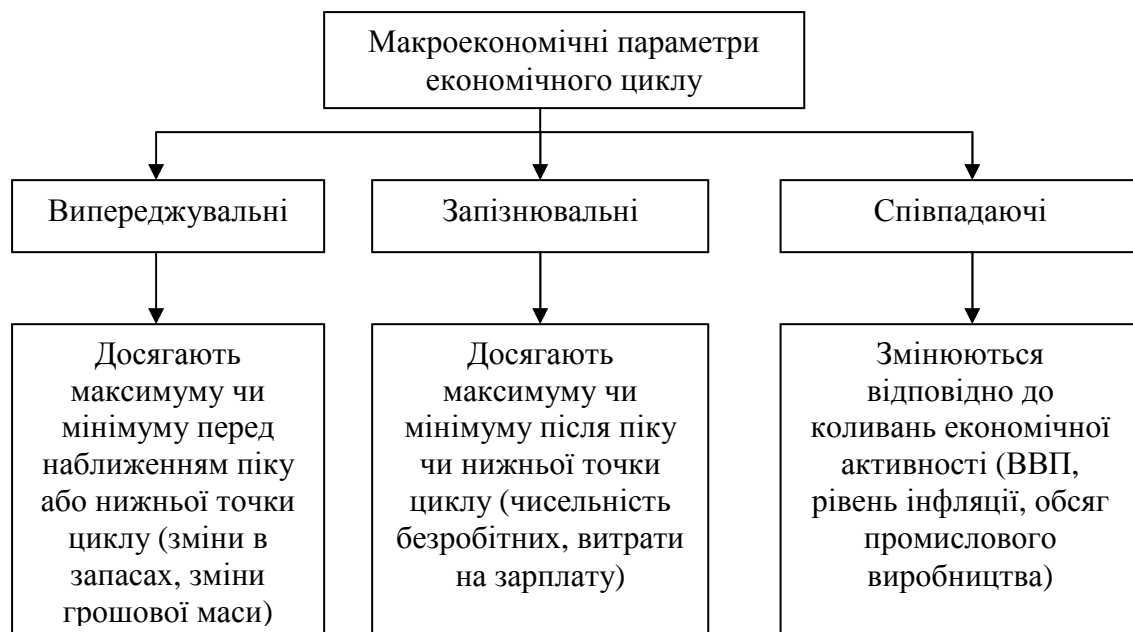


Рис. 2.2 - Класифікація макроекономічних параметрів економічного циклу

2.5. Класифікація економічних циклів та причини виникнення циклічних коливань в економіці

Економічний цикл – це реакція ринку на порушення макроекономічних пропорцій. Цикл представляє об’єктивний механізм встановлення макроекономічної рівноваги, хоча і пов’язаний зі значними втратами. Основними ознаками, що характеризують економічні цикли, є тривалість циклу, а також рушійні сили, що зумовлюють генезис та механізм його походження. З цієї точки зору, всі регулярні економічні цикли поділяються на чотири основні групи.

I. Короткі цикли запасів Кітчина (2-4 роки) – між звичайним ринковим попитом і пропозицією, що зумовлюється динамікою відносно величини запасів товарно-матеріальних цінностей на підприємствах.

II. Середні промислові цикли Жуглара (7-12 років) – результат взаємодії низки грошово-кредитних факторів (ставки банківського процента і цін), пов’язаних із капіталовкладеннями в засоби праці.

III. Будівельні цикли за Кузнецем (20 років) – рушійними силами є зрушення у відтворювальній структурі виробництва (між виробництвом, розподілом, обміном і споживанням або між виробництвом засобів виробництва і предметів споживання), а найбільшу відносну амплітуду циклічні коливання мають у будівництві.

IV. Довгохвильові цикли за Кондратьєвим (40-60 років) - пов'язані з радикальними змінами в технологічній базі суспільного виробництва, його структурною перебудовою, масовим оновленням пасивної частини основного капіталу.

Крім перелічених циклів, є також і нерегулярні економічні кризи, до яких відносять (рис. 2.3).



Рис. 2.3 - Класифікація і характеристика нерегулярних економічних криз

Економісти розглянули і розробили понад дві сотні різноманітних концепцій, які намагаються пояснити та розкрити причини циклічних коливань. Серед них найчастіше виділяють такі причини криз (рис. 2.4).

Упродовж останнього часу вважається, що основною причиною циклічності є рівень загальних, тобто сукупних витрат.

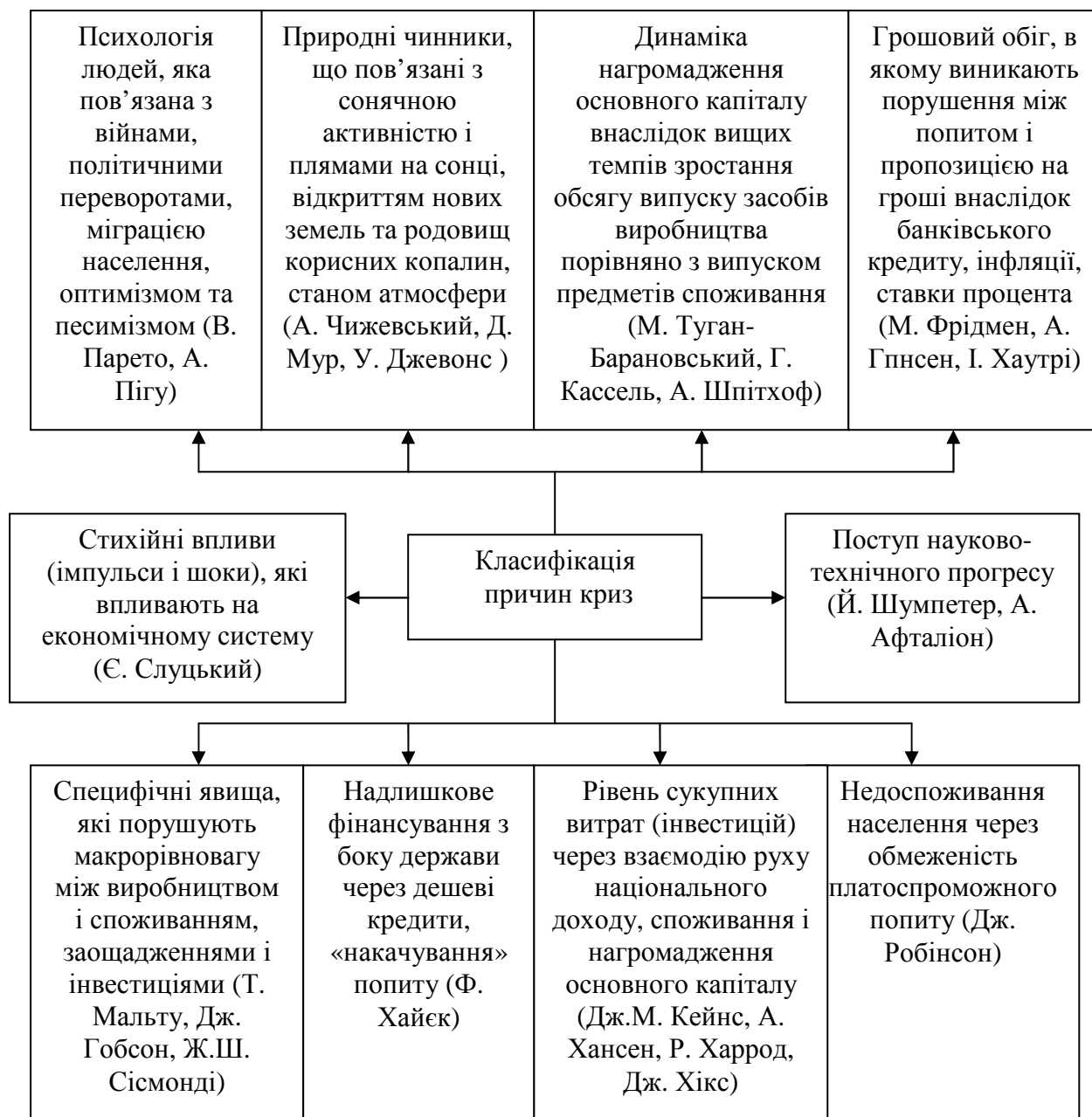


Рис. 2.4 - Класифікація та характеристика причин криз

2.6. Циклічні коливання економічного росту. Теорія економічних циклів

Умовою стійкості та стабільності економічного росту є рівновага, збалансованість між суспільним виробництвом і споживанням, сукупним попитом і сукупною пропозицією. Але, як відомо, в ринковій економіці стан рівноваги періодично порушується. Як наслідок, спостерігається певна

циклічність, повторюваність у функціонуванні національної економіки, тобто, коли відбувається зміна періодів підйому економіки на періоди спаду та застою. Таким чином, можна вважати під циклічністю рух національної економіки від однієї макроекономічної рівноваги до іншої.

Економічний цикл включає ряд послідовно змінюючих одна одну фаз економічної активності, які відображають нерівномірність розвитку національних економік та економічного процесу в цілому. В кінцевому результаті через циклічність проявляється економічне зростання, оскільки рух відбувається не по колу, а по спіралі, що дає змогу відображати як довгострокові, так і середньострокові коливання кон'юнктури.

2.6.1. Промисловий економічний цикл

У класичному варіанті промисловий економічний цикл складається із чотирьох фаз: криза надвиробництва, депресія, пожвавлення та підйом. Кінцевою і завершальною фазою у циклічному розвитку виступає надвиробництво (перевиробництво), що проявляється у надмірному порушенні збалансованості відтворювального процесу, перенакопиченні капіталу у всіх його формах (грошовій, виробничій, товарній) в порівнянні з місткістю ринку.

Це перенакопичення капіталу проявляється, перш за все, в галузі обігу, про що свідчить накопичення товарних запасів, уповільнення обороту капіталу. Наслідком всього цього виступає падіння темпів зростання, скорочення випуску продукції, зменшення заробітної плати та зменшення цін.

Як правило, під час економічної кризи порушуються кредитні відносини і криза охоплює фінансовий ринок.

Щодо фази депресії, то в цей період відбувається припинення спаду виробництва, зупиняється падіння цін, рівень безробіття ще залишається високим. Зменшення норми позичкового процента стимулює попит на цей капітал. Саме цим створюються передумови для певного накопичення капіталу та сприяє оживанню виробництва.

Як наслідок – наступає нова фаза у русі циклу – пожвавлення, коли скорочується безробіття, зростає споживчий попит, спостерігається підвищення цін, норми прибутку, зростає попит на капітал, а значить, і збільшується ставка позичкового процента. Пожвавлення поступово охоплює за спіраллю нові виробництва і розпочинається фаза підйому.

Варто зазначити, що сучасні західні економісти, на противагу традиційному підходу, розглядають структуру економічного циклу дещо інакше. Вони виділяють такі фази як: підйом та бум (пік), скорочення та спад, де бум – це вершина підйому виробництва, а спад – є найнижчою точкою його падіння.

Фаза економічного спаду, що знаходиться між найвищою та найнижчою точками циклу, називається рецесією. У тому випадку, коли спад є надзвичайно глибоким, то ця фаза називається депресією.

2.6.2. Еволюція економічних циклів

Промислові цикли вже чітко проявлялися на початку XIX ст. Так, в 1825 р. в Англії, яка на той час вважалася економічним лідером, розпочалася економічна криза. Надалі економічні кризи повторювалися кожні 8-12 років, поступово приймаючи світовий характер.

У той же час необхідно пам'ятати, що економічні цикли епохи вільної конкуренції та сучасної регульованої ринкової економіки принципово відрізняються між собою як щодо тривалості в цілому, так і за проявом порушень збалансованості, глибиною та масштабами падіння виробництва і життєвого рівня населення.

Кризи XIX ст. можна охарактеризувати чималою синхронністю, які практично одночасно охоплювали всі промислово розвинені країни, і тривали вони в середньому від одного до двох років, а глибина падіння виробництва складала 5-10%.

На початку XX ст. найбільш тривалою та глибокою була світова криза

1929-1933 рр., з рівнем падіння виробництва в деяких країнах світу до 40%. Починаючи з цього часу спостерігається постійний надлишок основного капіталу, постійне недозавантаження виробничих потужностей та постійне безробіття.

Друга світова війна та післявоєнне відновлення виробництва дещо порушили синхронність циклів (в США післявоєнна криза спостерігалася в 1948-1949 рр., у Англії і Франції – 1951-1952 рр., Японії – 1953-1954 рр., Німеччині – 1958-1959 рр.).

Крім того, особливого впливу на післявоєнні економічні цикли мали науково-технічна революція та державне регулювання економіки з метою згладження циклічних коливань та гостроти криз. У цілому, характер циклічного розвитку піддається певним змінам – змінюються глибина та тривалість криз, основних фаз і параметрів циклу.

Крім того, кризи перевиробництва супроводжуються проміжними спадами, порушуючи загальну картину та механізм циклу.

Наймасштабніше падіння виробництва спостерігалось в період криз 1957-1958 рр., 1966-1967 рр., 1973-1975 рр., 1979-1981 рр.

Під час кризи 1973-1975 рр. відновилося синхронність чергового циклу, а вже в 1990-1991 рр. знову виникла асинхронність (наприклад, в США відбувалося скорочення виробництва в той час як у Японії продовжувалося його зростання, а у Франції спостерігалася стагнація; далі у США настає рекордний за тривалістю економічний підйом, спостерігається поступове покращення кон'юнктури у Європі і настають серйозні фінансові труднощі в Японії). Все це свідчить про те, що кожний економічний цикл має свою специфіку, а також формується і розгортається під впливом багатьох кон'юктуроутворюючих факторів. Наприклад, в 90-ті роки XX ст. у розвинених країнах спостерігалися хвилюподібні коливання виробничого процесу без глибокого падіння виробництва, зменшилась гострота кризових проявів, зміцнились фактори, що протидіють падінню виробництва.

Таким чином, сучасний економічний цикл має суттєві відмінності.

Такими основними з них є:

- дія і вплив фази циклу виходять за національні межі;
- посилення державно-монополістичного регулювання циклічних процесів;
- підвищення ролі соціальних аспектів в механізмі антициклічного регулювання;
- фази поживавлення і піднесення триваліші та інтенсивніші, фази спаду і депресії менш глибокі та тривалі;
- науково-технічна революція, структурна перебудова економіки впливають на частоту криз: період їх повторювання скоротився спочатку з 10-14 до 5-7 років, а сьогодні кризові явища повторюються через 1-2 роки;
- нерегулярність коливань, розмитість меж між фазами, випадіння окремих фаз (після кризи, наприклад, може зразу розпочатись поживавлення);
- темпи піднесення невисокі - 2-3 відсотки на рік, в умовах піднесення залишається значна кількість безробітних;
- основні економічні параметри менш динамічні, соціально-економічні процеси відбуваються повільніше;
- суперечливе поєднання асинхронності та синхронності соціально-економічних процесів у різних країнах;
- зниження ролі циклічних факторів у динаміці цін;
- глибока криза, стагнація виробництва можуть супроводжуватися зростанням цін, посиленням інфляційних процесів;
- переплетіння циклічних криз з нециклічними, синхронізація і взаємодія економіко-соціальних коливань, кризових явищ і природно-економічних циклів;
- частішими і серйознішими за своїми наслідками стають нециклічні коливання, сутність яких вивчена недостатньо, а отже, відсутні ефективні методи регулювання їх;
- кризові явища охоплюють нові сфери і рівні (галузі нематеріального виробництва, індустрію відпочинку тощо).

Особливості сучасного економічного циклу потребують удосконалення механізмів антикризового регулювання, пошуку нових, діяльніших методів і важелів пом'якшення циклічних коливань.

Унаслідок дії різноманітних груп факторів в економічному циклі досить складно виділити всі чотири фази. Відбувається поступове злиття фази кризи з фазою депресії, а фази пожвавлення - з фазою піднесення, і цикл починає функціонувати як двофазний. Для першої фази властиве сходження вниз, для другої - піднімання.

2.6.3. Причини середніх циклічних коливань

Циклічність в розвитку ринкової економіки пояснюється, перш за все, дією внутрішніх факторів, які є притаманними самій системі. Як показано в традиційних і загальновідомих макроекономічних теоріях, механізм так званої «невидимої руки» ринку спираючись на економічні закони, так би мовити, стихійно регулюють макроекономічну рівновагу. Але не потрібно забувати, що бажання економічних агентів щодо максимізації прибутку, розширення масштабів виробництва, зростання інвестицій як ключових стимулів розвитку економіки, сприяють формуванню такого стану, коли сукупна пропозиція виходить за межі ринкового попиту, тобто порушується співвідношення між сукупним попитом і сукупною пропозицією. Саме такої точки зору щодо обґрунтування причин криз перевиробництва дотримуються більшість економістів. З метою подолання кризових явищ, які виникли, розробляються та вживаються заходи щодо виходу з нього, в результаті чого відновлюється макроекономічна рівновага. Паралельно з цим відбувається масове оновлення основного капіталу і удосконалюється галузева структура економічної системи.

Заслугує на увагу точка зору щодо першопричин економічних циклів Слуцького Є. та Фішера Р., суть якої полягає в тому, що цикли є наслідком випадкових впливів на економічну систему, так званих імпульсів, або шоків, які порушують економічну рівновагу і викликають відповідні коливання. На

сьогодні, виділяють такі основні різновиди шоків:

шоки пропозиції, які мають вплив на виробництво (наприклад, технологічні зрушення, кліматичні зміни, відкриття нових джерел сировини, коливання світових цін на сировину тощо);

шоки, пов'язані з рішеннями державних органів влади на макрорівні, які, в основному, впливають на попит (фіскальна та грошова політика, коливання обмінного курсу, ставки позичкового процента);

шоки в попиті приватного сектора (зміни в інвестиційних та споживчих видатках).

Перераховані шоки виникають всередині країни, що впливають на розвиток економіки через міжнародні торговельні та фінансові зв'язки.

Важливо відмітити цикли Кітчина, які названі в честь одного дослідника - англійського економіста Дж. Кітчина. На відміну від довгих хвиль Кондратьєва, цикли Кітчина носять зовсім інший характер. Так, якщо кожна довга хвиля складається із декількох промислових циклів, то кожен із промислових циклів включає декілька циклів Кітчина. Ці короткострокові цикли полягають в порушеннях і відновленні рівноваги на споживчому ринку.

Кожен цикл закінчується новою рівновагою при вже змінених пропорціях в попиті на споживчі товари. Цикли Кітчина можна пояснити лагом між виділенням інвестицій відповідно змінам попиту і введенням в дію нових засобів праці (що і відновлює рівновагу). Тривалість циклів Кітчина визначають по-різному (наприклад, існують погляди щодо таких строків – 2 роки 4 місяці, 3 роки, 3 роки 4 місяці, 4 роки).

2.6.4. Теорія довгих хвиль Кондратьєва

Досліджуючи кризи та кризові явища в економіці, М. Д. Кондратьєв висунув теорію великих циклів економічної кон'юнктури, яка нині відома як «теорія довгих хвиль Кондратьєва». Для виявлення великих циклів було зібрано та використано фактичний матеріал, який характеризував результати

діяльності таких країн світу як Англія, Франція, Німеччина і США за період понад сто років за значною кількістю показників, серед яких основними можна виділити такі як: динаміка цін, заробітна плата, відсоток на капітал, зовнішньоторговельний обіг, виробництво основних видів промислової продукції тощо. Результатом проведених досліджень і аналізу було доведено наявність циклічності хвиль довжиною в 50-60 років. Кожна з таких хвиль має чотири фази – дві з них характеризують піднесення, а дві – занепад.

Також в результаті проведеного дослідження було встановлено, що напередодні фаз піднесення хвилі кожного великого циклу обов'язково виникають значні зміни в економічному житті суспільства, що може бути проявлено в значних змінах техніки, виробництва, виникненні нових ринків збуту. Крім того, М. Д. Кондратьєв зазначав, що на стадії «піднесення» хвилі характеризують нестабільність в суспільстві, а саме: політичні проблеми, революції, соціальні збурення тощо; при такій стадії хвилі як «занепад», відбувається активізація інноваційної діяльності, пожвавлення у створенні нових робочих місць, нових галузей економіки і видів економічної діяльності, змінюється технологічна парадигма, що стає передумовами подолання кризи.

М. Д. Кондратьєвим було виділено три типи хвиль, які мають вплив на економічну кон'юнктуру (короткі – близько 3 років, середні – коливаються близько 15 років, довгі – наближаються до 60 років).

Тобто, при побудові механізму і системи регулювання економіки необхідно брати до уваги та враховувати часовий фактор, спостерігати за розвитком кризових явищ, оскільки такі заходи дадуть можливість скоротити витрати на відновлення рівноваги і замінити одну парадигму на іншу – більш ефективну, що сприятиме подоланню кризи.

Існує ієрархія рівноваги економіки, на яку мають вплив ряд факторів, тобто інноваційні процеси, що мають місце в економічній системі необхідно пов'язувати з різними кон'юнктурутворюючими факторами (рис. 2.5).

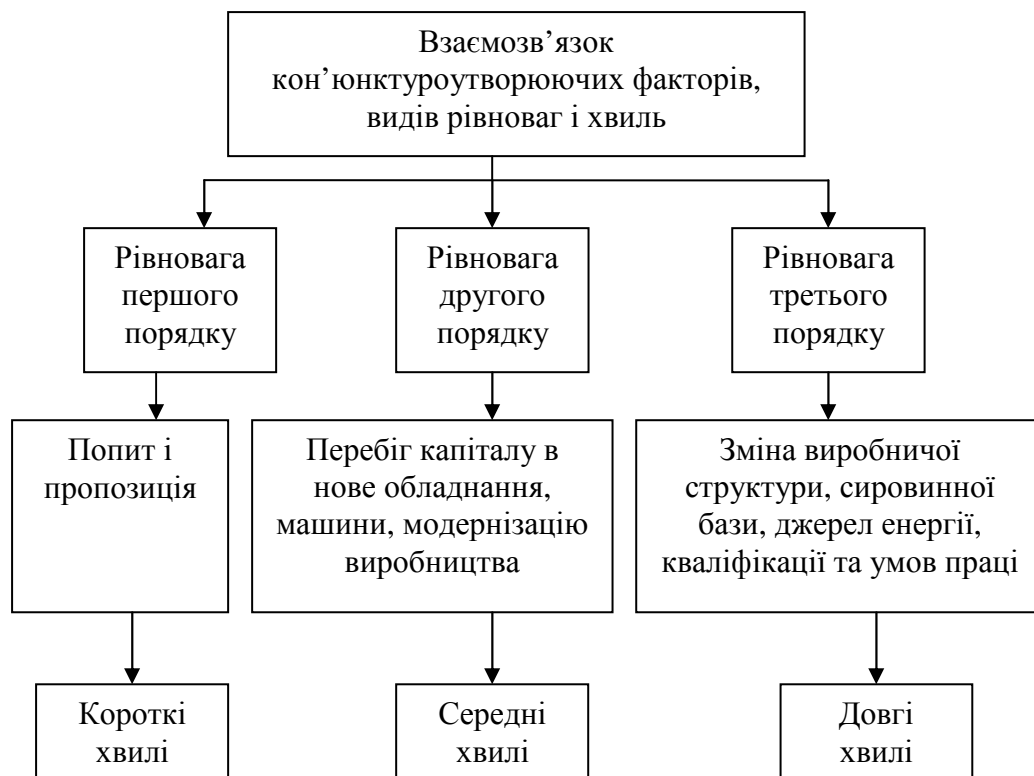


Рис. 2.5 - Блок-схема взаємозв'язку кон'юнктурутворюючих факторів, видів рівноваг і хвиль

Як видно з рис. 2.5, відхилення від першого типу рівноваги призводить до коротких хвиль, другого типу – до середніх хвиль, третього типу – довгих хвиль.

Варто зауважити, що М.Д. Кондратьєв до основних характеристик великих циклів відносив науково-технічні винаходи, відкриття, зміни технологічного устрою, оскільки всі ці складові мають вплив на соціально-економічне життя суспільства, утворення нових ринків і т.д. Науково-технічна революція розглядалася як основа циклу, а згідно теорії «інноваційних пакетів» нововведення розподіляються в часі нерівномірно і з'являються групами.

Необхідно зазначити, що зміни в техніці обумовлені попитом виробництва і створенням таких умов, за яких застосування винаходів стає можливим, а головне, необхідним. А такі умови формуються не просто так, а є наслідком економічних, соціальних, екологічних, політичних причин та

обставин, які є першоосновою чергового економічного циклу, крім того, кожна наступна фаза довгого циклу є результатом кумулятивних процесів попередньої фази.

Щодо траєкторії економічного зростання чи спаду, тобто тренду, то його визначають два основних показники:

- швидкість оновлення виробничих засобів;
- ефективність нововведень.

Феноменом циклу називають періодичність повторення характерних соціоекономічних і технологічних ситуацій через певні проміжки часу. Особливий інтерес викликає ситуація, коли короткі та середні цикли «нанизуються» на довгі хвилі.

Як вже було сказано, хвильоподібний рух – це не що інше, як процес відхилення від стану рівноваги, якої намагається досягти економіка, а вона періодично порушується і виникає необхідність створення нового запасу основних капітальних благ, тобто основних засобів, які б відповідали новому способу виробництва. Зрозуміло, що таке оновлення відбувається не плавно, а раптово, так би мовити поштовхами, ключова роль при цьому припадає саме на науково-технічні винаходи, відкриття та науково-технічний прогрес.

М. Д. Кондратьєв виділив три види циклів (рис. 2.6-2.7).

Як вже було сказано, довгострокові коливання було виявлено у другій половині XIX ст. і першими їх дослідниками вважаються Джевонс, Туган-Барановський, Каутський, Кондратьєв та ін.

М. Д. Кондратьєв не лише виявив довгі цикли, крім цього, він в межах довгих хвиль виявив фази підйому та спаду і дійшов до таких трьох принципово важливих висновків як:

1) перед початком та на початку хвилі підйому спостерігається значний прогрес в технологіях, чому передуює залучення нових країн до світових економічних зв'язків;

2) на хвилі підйому відбувається найбільша кількість соціальних потрясінь, війн, революцій, землетрусів та інших відхилень;

3) знижувальна хвиля характеризується різкою депресією в галузі сільського господарства.



Рис. 2.6 - Класифікація видів циклів згідно з М. Д. Кондратьєвим



Рис. 2.7 - Класифікація методів регулювання економічних циклів за видами

У періоди піднесенень середні хвилі характеризуються короткими депресіями і інтенсивними підйомами, в періоди спадів відбуваються протилежні явища.

До основних причин довгих хвиль відносять внутрішні фактори економічного росту. Це пояснюється тим, що вони пов'язані з циклічністю в розвитку виробничих сил суспільства, перш за все в їхній найбільш революційній частині – засобами виробництва.

Щодо матеріальної основи, то нею виступають структурні оновлення технологічного способу виробництва. Ці структурні оновлення відбуваються еволюційно, якщо покращують і удосконалюють існуючі технології, а революційно – якщо відбуваються якісні зміни в матеріалізації наукових знань та технічні революції. Ці два шляхи доповнюють та підсилюють один одного:

еволюційний шлях дозволяє використовувати потенціал існуючих технологій та підготувати умови для їхнього стрімкого розвитку;

революційний шлях – це перехід до нових технологічних принципів, які згодом розповсюджуються еволюційно.

Як вже зазначалося, довгі хвилі характеризуються спадом та підйомом. Так, спад тривалістю 20-25 років являє собою період змін базових технологій і технологічних структур виробничої системи суспільства. Щодо підйому (20-25 років), то це розповсюдження нових технологій, зародження та розвиток нових галузей економіки. Цей етап характеризується найсприятливішими умовами одержання прибутку. Але в той же час, варто пам'ятати і усвідомлювати, що в результаті розширення інвестицій відбуватиметься накопичення протиріч, що в кінцевому результаті призведе до нової чергової кризи, а далі до нового економічного циклу.

Теорія довгих хвиль має надзвичайно важливе значення для економіки:

по-перше, вона закладає наукові основи довгострокового прогнозування економічного прогресу;

по-друге, дає змогу визначити фундаментальні закономірності функціонального розвитку способів виробництва та їхні фазові переходи.

Перш за все, необхідно зрозуміти, які ж справжні причини, що обумовлюють кризу, якою глибокою та тривалою вона має бути. Від цього залежить, чи зможе своєчасно країна перейти на інноваційну модель розвитку економіки.

Слід ще раз згадати, що М. Д. Кондратьєв висунув та теоретично обґрунтував ідею існування великих (півстолітніх) економічних циклів, в контексті яких відбувається зміна так званих запасів основних матеріальних благ. Це відбувається тоді, коли виробничі сили суспільства переходять на новий та більш високий рівень свого розвитку.

Кондратьєвим було досліджено і виявлено механізм функціонування цих циклів, які в економічній науці мають назву довгі хвилі, цикли Кондратьєва або К-цикли. Крім того, ці цикли було розділено М. Д. Кондратьєвим на дві фази хвилі: підвищувальну та понижувальну. В основу цих циклів, їхнього внутрішнього саморуху та розвитку, переходу від знижувальної до підвищувальної і знову до підвищувальної хвилі наступного циклу, було покладено механізм акумуляції, накопичення, концентрації, розпилення та знецінення капіталу як ключовий фактор розвитку ринкової економіки.

Крім того, М. Д. Кондратьєв наголошував, що така циклічність буде існувати до тих пір, доки буде існувати капіталістичний спосіб виробництва (ринкова економіка). «Кожна наступна фаза циклу є наслідком кумулятивно накопичених умов в продовж попереднього часу, і кожний новий цикл при збереженні принципів капіталістичної організації господарства настільки ж закономірно іде за іншим, як одна фаза одного й того ж циклу за іншою. Але при цьому необхідно пам'ятати, що кожний новий цикл протікає в нових конкретно-історичних умовах, на нових конкретно-історичних умовах, на новому рівні розвитку виробничих сил і тому зовсім не є простим повторенням попереднього циклу».

М. Д. Кондратьєвим було досліджено і виділено два з половиною великих цикли, а саме такі, як:

I. Підвищувальна хвиля: кінець 1780-х – початку 1790-х років до 1810-1817 рр.

Знижувальна хвиля: з 1810-1817 рр. до 1844-1851 рр.

II. Підвищувальна хвиля: з 1844-1851 рр. до 1870-1875 рр.

Знижувальна хвиля: з 1870-1875 рр. до 1890-1896 рр.

III. Підвищувальна хвиля: з 1890-1896 рр. до 1914-1920 рр.

Щодо подальшої періодизації довгих хвиль, то після смерті М. Д. Кондратьєва вона стала предметом дискусій. Виділяють дві основні групи дослідників, які займаються вивченням даної проблеми. В кожній з цих двох основних груп застосовуються різні підходи до періодизації та виділенню циклів, а тому цими групами дослідників виділено п'ять і чотири цикли від початку великих циклів до сьогодення.

Перед тим, як представити періодизацію і виділені цикли необхідно з'ясувати основні позиції та бачення кожної з дослідницьких груп.

Перша група дослідників, перш за все, використовує та враховує в аналізі так звані індикатори реальної економіки (виробничі показники, зайнятість, інвестиційна активність, різні структурні пропорції).

Згідно з точкою зору цієї дослідницької групи, знижувальна хвиля третього циклу закінчилася напередодні другої світової війни. Підвищувальна хвиля четвертого циклу, яка розпочалася з війною, тривала до середини 1960-х років. Доларова криза і проблеми бреттон-вудської системи 1968-1971 рр. стали переломною точкою переходу до знижувальної фази четвертого циклу, що власне відповідає нафтовим кризам та стагфляції 1970-х років. «Рейганоміка» в США, а також політика Маргарет Тетчер у Великобританії можуть свідчити про перехід до нового (п'ятого) циклу, підвищувальна фаза якого відповідала середині 1980-х років та всіма 1990-м рокам. Як завжди, в кінці підвищувальної хвилі (п'ятої) розпочали з'являтися такі явища, як скорочення норми прибутку на вкладений капітал в реальному секторі економіки і викликаний цим перебіг коштів у галузь фінансових спекуляцій, створили спочатку проблеми на фондовому ринку (друга половина 1990-х років), а потім у галузі нерухомості на початку 2000-х років.

Принципово важливу думку висловили представники цієї дослідницької групи. Так, вони переконані, що в зв'язку і з інтенсифікацією науково-технічного прогресу, цикли ущільнюються та зжимаються, що, врешті-решт, призводить до певного скорочення їхньої тривалості (другої половини ХХ ст. тривалість циклу в середньому скоротилася до 40-45 років проти 50-55 років у ХІХ ст.).

Щодо другої групи дослідників, то вона віддає перевагу фінансовим індикаторам, тобто особливо детально аналізує динаміку фондового ринку та динаміку дохідності облігацій. Вони продовжують знижувальну фазу третього циклу на весь період Другої світової війни аж до 1949 р. Починаючи з цього часу, вони фіксують початок підвищувальної фази четвертого циклу. Кінець підвищувальної фази четвертого циклу відносить до 1970-х років, але період стагфляції 1971-1982 рр. трактується не як початок знижуючої хвилі, а як «первинну рецесію», яка все ж таки відноситься до верхньої фази циклу (період з 1982 р. і до початку 2000-х років).

Таким чином, на основі інформації представників другої групи дослідників, тривалість всіх виділених циклів перевищує 50 років, а останнього (четвертого) – перевищує 60 років.

За підрахунками вчених (О. Айвазова, А. Кобякова), періодичність циклів, розпочинаючи з тієї точки, на якій зупинився М.Д. Кондратьєв, можна представити наступним чином:

ІІІ. Знижувальна хвиля: з 1914-1920 рр. (у США – з 1929 р.) до 1936-1940 рр.

ІV. Підвищувальна хвиля: з 1936-1940 рр. до 1966-1971 рр.

Знижувальна хвиля: з 1966-1971 рр. до 1980-1985 рр.

V. Підвищувальна хвиля: з 1980-1985 рр. до 2000-2007 рр.

Знижувальна хвиля: з 2000-2007 рр. до, ймовірно, 2015-2025 рр. (прогноз).

VI. Підвищувальна хвиля: з 2015-2025 рр. до 2035-2045 рр. (прогноз).

Варто зазначити, що всі традиційні методи боротьби з кризовими явищами являються дієвими лише на підвищувальній хвилі великих К-циклів, у фазах пожвавлення та підйому, коли кризи, відповідно до теорії М. Д. Кондратьєва, і так є нетривалими та неглибокими, а загальний тренд економічного розвитку відповідає поступовому розвитку світової економіки. Щодо знижувальної хвилі цих циклів в періоди спаду та депресій, то вони діють строго в протилежному напрямку.

Герхард Менш, який досліджував циклічність розвитку економіки, зокрема знижувальну хвилю (в 1970-х роках) виявив наступну закономірність: монетарна та кредитна політика в умовах загального погіршення економічної кон'юнктури не в змозі допомогти у вирішенні ситуації, так як рестрикційна кредитна політика в будь-якому випадку призведе до ще більшого зростання цін, тобто до інфляції, а ліберальна – до спекуляцій (підсилює спекуляції на фондових ринках та спричиняє збільшення фіктивного капіталу, стимулює спекулятивне зростання цін на нерухомість, золото, нафту та продовольчі товари – як на найбільш ліквідні товари). І це зростання цін абсолютно не залежить від обсягів виробництва цих товарів і забезпечення ними платоспроможного попиту світової економіки.

Тепер стають зрозумілими причини невдач ліберальних монетаристів у боротьбі з кризою. В зв'язку з цим, світова економіка повинна пройти період «перезавантаження» та позбутися від перенакопиченого капіталу, завдяки його масовому знеціненню в результаті неминучої, тривалої та глибокої депресії. Знецінення грошового капіталу відбудеться через багатократні крахи фінансових ринків, а також через третій дефолт долара (перший – в 1920-1930-их роках, другий – в 1970-их роках). А тому світову економіку очікує ціла низка затяжних криз і, частково, вони вже дали про себе знати, суспільство та економічна система їх вже відчували.

2.7. Кризи в розвитку соціально-економічних систем

2.7.1. Загальні поняття та типологія криз

Існування соціально-економічних систем представляє собою циклічний процес, для якого характерною є закономірність настання та подолання криз.

Будь-яка соціально-економічна система, тобто громадянське суспільство, господарський суб'єкт – підприємство, інтегрована структура бізнесу, мають дві основні тенденції в своєму існуванні:

- функціонування – підтримка життєдіяльності, збереження функцій, які визначають цілісність системи та її сутнісні характеристики;
- розвиток – набуття нової якості, необхідної для прогресивних змін, пристосування до нових умов середовища, яка характеризує зміни в предметах, засобах праці і в самій людині.

Принципово важливо зазначити, що використання нових матеріалів, розвиток інформаційних та інших технологій, використання електронної техніки та ін. - все це виступає джерелом значного росту продуктивності праці та якості благ, які виробляються та надаються.

Але, в той же час, оновлення технологічної основи суспільного відтворення відноситься до однієї з причин, що провокують циклічність і, як результат, - кризові явища у функціонуванні системи.

Як відомо, економіка майже ніколи не знаходиться у стані спокою, тобто рівноваги. Процвітання достатньо часто змінюється крахом, коли показники національного доходу, рівня зайнятості, темпів зростання виробництва, а також ціни і прибутки скорочуються. Врешті-решт, досягається нижня точка і знову розпочинається поживавлення. На більш високому щаблі спіралі історії, що постійно розкручується, крім того, більш прогресивним в порівнянні з попереднім етапом кризи протікають з різною мірою гостроти та їхніми можливими проявами.

У традиційному розумінні криза – це крайнє загострення протиріч в

соціально-економічній системі (організації), яке загрожує її життєдіяльності в навколишньому середовищі.

Також криза може розумітися як етап в розвитку соціально-економічної системи, який викликаний та обумовлений необхідністю усунення напруги та нерівноваги у ній.

Може виникнути ситуація, за якої механізми, пов'язані з існуючою системою регуляції, не в змозі змінити несприятливі кон'юнктурні процеси, коли загострюються протиріччя, що розвиваються всередині важливих і інституціональних форм визначають режим накопичення матеріальних благ.

У ході кризи виявляються нежиттєздатними найважливіші закономірності, на яких базуються організація виробництва, перспективи прибутковості використання капіталу, розподіл вартості та структура суспільного попиту.

Також кризи можна визначити за факторами їх прояву – найбільш важливих показниках, параметрах функціонування системи, які свідчать про наявність розбалансованості та гострих протиріччя в ній.

На відміну від фактора, симптом кризи – це першочергова ознака потенційної проблеми, показник найбільш вразливих сторін у функціонуванні системи.

Типологія криз нараховує окремі групи економічних, соціальних, організаційних, психологічних, демографічних, екологічних, які розподіляються таким чином за структурою відносин в соціально-економічній системі, за проблематикою її розвитку.

Необхідно підкреслити, що різні типи кризи можна зобразити у вигляді ланцюжка, в якого розрив однієї ланки, тобто поява фактора одного із типів кризи, обумовлює виникнення факторів інших типів.

Економічні кризи відображають гострі протиріччя в економіці країни або економічному стані окремої організації. Це кризи надвиробництва, падіння продажу, протиріч у взаємовідносинах економічних агентів ринку, кризи неплатежів, втрати конкурентних переваг та банкрутство підприємств.

До ключових факторів економічних криз відносять наступні: скорочення загального обсягу промислового виробництва, виробничих потужностей, зростання рівня інфляції, гіперфляції, скорочення ВВП, зовнішньоторгового обігу, падіння курсів цінних паперів, проблеми у сільському господарстві, зниження інноваційної активності підприємств, зростання кількості банкрутств компаній.

Політичні кризи характеризуються гострими протиріччями в політичному устрої суспільства, які зачіпають інтереси різних соціальних груп, керівних еліт, опозиційних партій.

До факторів політичних криз відносяться: різке зниження легітимності влади, її знецінення в очах громадян; відсутність у влади здібності управління процесами, які відбуваються у суспільстві; зміна керівництва; відставка уряду; різке загострення соціальних конфліктів, які набувають яскраво виражений політичний характер.

Гостра політична криза може проходити як:

- конституційно-правова, пов'язана з припиненням дій або обмежень основного закону країни;
 - криза партійної системи, обумовлена розколом в партіях, провідних суспільних силах;
 - урядова криза, пов'язана з обмеженням або неможливістю державно-адміністративного впливу;
- зовнішньополітична криза, викликана наростанням зовнішніх загроз, війн, падінням міжнародного авторитету країни.

Соціальні кризи виникають при загостренні протиріч та зіткненні інтересів різних соціальних груп та досить часто являються продовженням економічних криз, тому що останні супроводжуються такими негативними соціальними проявами, як падіння рівня зайнятості, збільшення цін на споживчі товари, падіння рівня життя громадян, скорочення державних асигнувань на освіту і медицину.

Основними факторами соціальних криз вважаються наступні: значне падіння рівня життя громадян; безробіття; зростання кількості захворювань; жебрацтво; погіршення криміногенної ситуації; корумпованість суспільства; повне розрушення системи цінностей, в тому числі і духовних.

Різновидом соціальної кризи є демографічна криза, негативним проявом якої є перевищення показників смертності над показниками народжуваності, негативні міграційні процеси, які викликають відтік кваліфікованих спеціалістів, недостачу виробничих кадрів в економіці, несприятливі зміни в статеві-віковій структурі населення.

Соціальні та демографічні кризи безпосередньо пов'язані із психологічними кризами, які найяскравіше проявляються в періоди великих змін у суспільстві, в умовах нестабільності та падіння рівня життя людей.

Найвагоміші фактори психологічної кризи: поява неврозів, що набувають масовий характер; зростання незадоволення громадян своїм соціальним становищем; емоціональна спустошеність у людей; втома від змін; загострення почуттів невпевненості, страху; масове зростання кількості серцево-судинних та інших захворювань внаслідок зростаючого стресового навантаження; погіршення соціально-психологічного клімату в суспільстві (в колективі підприємства).

У бізнесі психологічна криза проявляється як відсутність у підприємців бажання інвестувати у розвиток, виробництво, недовіра в покращення ситуації й намагання вивезти капітали із країни.

В організаційному устрої соціально-економічної системи можуть погіршуватися відносини, пов'язані зі структурною побудовою, розподілом та інтеграцією діяльності, регламентацією діяльності підрозділів, адміністративних одиниць, регіонів, філіалів, представництв. Як наслідок цього, виникають організаційні кризи.

Основними факторами організаційних криз виступають: застійність та бюрократизація структур, більш часті конфлікти між підрозділами, менеджерами різних рівнів управління, безвідповідальність, хаос та втрата

контролю над низкою структурних одиниць. Також до факторів організаційних криз відносять відтік ресурсів та серйозні проблеми в фінансово-економічній діяльності організації внаслідок цілеспрямованих або помилкових дій деяких адміністраторів, розбалансованість загальної системи управління, зниження рівня координування та інтеграції діяльності різних служб.

Екологічні кризи обумовлені природними, стихійними явищами, зокрема такими, як: землетруси, урагани, пожежі, кліматичні зміни, паводки, а також вони часто являються результатами життєдіяльності людини.

Кризи можуть проходити явно, легко виявлятися, але можуть бути і малопомітними та проходити в прихованій формі.

Найбільш небезпечними є кризи, які стосуються системи в цілому. В такій ситуації утворюється безліч складних проблем, вирішення яких залежить від своєчасності їх виявлення та професіоналізму в управлінні організацією чи країною.

Причини кризи можуть бути:

об'єктивними – пов'язаними з циклічним розвитком системи, потребами модернізації, реструктуризації, впливом зовнішніх факторів;

суб'єктивними – відображають помилки менеджерів в управлінні, недоліки в організації виробництва, недосконалість інноваційної та інвестиційної політики.

Наслідки кризи являють собою можливі стани системи, ситуації та проблеми, для яких характерні: різкі зміни або послідовна трансформація, оновлення організації або її руйнація, оздоровлення або виникнення нової кризи.

Наслідки кризи визначаються її характером, типом, рівнем прояву негативних циклічних факторів, вибором методик антикризового управління, яке може згладити негативні тенденції, сприяти подоланню несприятливих факторів, а можливо, навпаки, спровокувати нову кризу.

2.7.2. Цикли суспільного відтворення та їхня роль у виникненні економічних криз

У розвитку соціально-економічної системи значну роль відіграє обраний спосіб виробництва, господарювання, методи створення матеріальних благ та розподілу ресурсів. Саме цим і обумовлюється важливість дослідження і вивчення економічних криз, що мають вплив практично на всі сфери життєдіяльності суспільства.

Обвал цінних паперів на фондовій біржі, банкрутство компаній, інфляція, падіння рівня життя населення, відкриті зіткнення між класами або соціальними групами, конфлікти опозиційних політичних сил, зростання організованої злочинності – все це фактори одного взаємопов'язаного та взаємообумовленого процесу, існування якого часто буває спровоковане економічною кризою.

Причини економічної кризи, які, на перший погляд, є зрозумілі для всіх і кожного, досить часто являють собою так звані приховані «підводні каміння», виникнення яких обумовлено саме циклічним розвитком соціально-економічної системи.

Класичний цикл суспільного відтворення включає в себе чотири основних етапи:

- криза;
- депресія;
- пожвавлення;
- підйом.

У західних економічних теоріях часто використовуються поняття «експансія», тобто розширення та «звуження».

Фаза експансії змінюється фазою звуження на так званій «верхній поворотній точці», або «вершині». Точно так фаза звуження закінчується і відкривається шлях експансії на «нижній поворотній точці», або точці «оживання». Таким чином, відбувається послідовна зміна чотирьох фаз циклу:

звуження, оживання, експансія, вершина експансії.

Перша фаза – це криза, яку також можна охарактеризувати як звуження. Відбувається скорочення сукупного обсягу промислового виробництва, ділової активності, включаються процеси падіння цін, затоварювання, спостерігається значне зростання кількості банкрутств, рівня безробіття, а також зменшення реальних доходів населення, зменшення банківського кредиту, скорочення зовнішньоторгового обігу. Особливо сильно постраждають галузі, що поставляють на ринок засоби виробництва, споживачі яких можуть на необмежений час припинити закупівлі. Відбувається значне скорочення виробничих потужностей в галузях машинобудування, металургії, приборобудування, електроніки. В галузях, які постачають предмети повсякденного попиту, може не відбуватися значного скорочення виробництва.

Друга фаза циклу суспільного відтворення – депресія. Вона являє собою фазу застою в економіці, адаптації господарського життя до нових умов і потреб. Для неї характерними є невпевнені дії підприємців, які не хочуть вкладати значні ресурси в бізнес. Капітали відпливають за кордон. В західній економічній літературі цій фазі відповідає оживання, пов'язане зі стабілізацією цін та умов господарювання. Показники досягають нижньої позначки спаду і починають повільно підніматися. Ситуація стабілізується, готуючи експансію, зростання показників соціально-економічного розвитку.

Третя фаза – пожвавлення, для якої характерними є: зростання капіталовкладень, цін, обсягів виробництва, рівня зайнятості, показників процентних ставок. Експансія охоплює галузі, які постачають засоби виробництва. Створюються нові підприємства, виникає безліч нових товарів, зростають курси цінних паперів, процентних ставок, цін і заробітної плати. Економічне зростання наближається до найвищої точки розвитку, супроводжуючись активізацією науково-технічних досліджень.

Четверта фаза – підйом, або «вершина експансії» характеризується значним зростанням усіх показників соціально-економічного розвитку: ВВП, торгового обороту, інноваційної активності підприємств, рівня технологічної

забезпеченості країни, конкурентних переваг компаній на світовому ринку, банківської маржі та ін. Настає найвища точка розквіту, яка знову приведе за собою звуження. Зростає напруженість банківських балансів, збільшуються товарні запаси, поступово скорочується сукупний платоспроможний попит.

Знову розпочинається спад виробництва, відбувається скорочення зайнятості та доходів населення. Підйом, який виводить економіку на новий рівень в її поступовому розвитку, готує базу для нової, періодичної кризи. Фактори, які викликають першочергове скорочення сукупного попиту, можуть бути будь-якими: заміна зношеного обладнання, зменшення показників закупки сировини, матеріалів, падіння попиту на окремі види продукції, зростання податків та кредитних процентів, порушення закону грошового обігу, війни, різні політичні події, непередбачувані ситуації. Все може порушити сформовану ринкову рівновагу і стати поштовхом наступній економічній кризі.

2.7.3. Основні теорії економічних криз

Всі теорії, які пояснюють циклічність розвитку економіки, можна звести до двох вагомих груп:

- екстернальні (зовнішні) теорії;
- інтернальні (внутрішні) теорії.

Екстернальні теорії пояснюють цикл впливом зовнішніх факторів: війн, важливих політичних подій, відкриттів нових місць покладів ресурсів, демографічних ситуацій, наукових та технічних відкриттів, нововведень, і навіть всплесків сонячної активності тощо.

Інтернальні теорії звертають увагу на механізм усередині самої економічної системи, що дає імпульс самовідтворювальному економічному циклу. Експансія, досягаючи найвищої точки розквіту, породжує звуження, а звуження, досягнувши нижньої граничної позначки, приводить до відродження і активності. Наприклад, якщо розпочався значний скачок економічного росту, то впродовж невеликого проміжку часу буде вироблена значна кількість нових

капітальних благ. Декілька років тому ці блага (на кшталт, машини, обладнання тощо) будуть зношеними. Їх розпочнуть замінювати і це надасть поштовх інфляції і т. д.

Більшість сучасних економістів обстоюють позиції синтезування екстернальних та інтернальних теорій.

Пояснюючи найдовші цикли, вони надають принципового значення коливанням інвестицій та обсягам виробництва капітальних благ. Першопричиною непостійних і змінних коливань циклу є зовнішні фактори, такі, як: технічні нововведення, демографічна ситуація, політичні потрясіння тощо. Але частота та регулярність циклів залежить від внутрішніх факторів (сукупні чисті інвестиції, темпи росту виробництва, зайнятість). Навіть, якщо припустити, що винаходи та наукові відкриття безпосередньо не впливають на цикл, але ж їхнє економічне використання у будь-якому разі, впливає на рівень ділової активності.

Для більш повного розуміння сутності економічних циклів, необхідно розглянути теорії економічних циклів, які пояснюють причини економічних циклів та криз.

1. Відомою є точка зору К. Маркса, який вбачав основну причину циклічності в протиріччі між суспільним характером виробництва та приватним характером присвоєння його результатів, так як в капіталістичній економіці матеріальні блага виробляються більшістю, а споживаються – меншістю.

2. Альтернативою попередній точці зору можна вважати теорію недоспоживання, яка пояснює циклічність недостатком споживання. Недоспоживання обумовлює перевиробництво товарів та провокує кризу. А тому, основним засобом попередження криз є не що інше як – стимулювання споживання. Представниками цієї теорії є Джоан Робінзон, Гобсон, Фостер, Кетчінгс.

3. Прихильники теорії надмірного інвестування, навпаки, вважають, що причиною циклу є скоріше надмірне, ніж недостатнє інвестування. Потік інвестицій прискорює експансію, викликаючи диспропорції в системі

фінансово-господарського механізму системи. Цю теорію підтримують такі вчені як Хайек, Мізес та ін.

4. Існує теорія диспропорційності (нерівноваги) (Ф. фон Хайек), яка пояснює кризи відсутністю правильних пропорцій між галузями, стихійними діями підприємців, втручанням держави в ринкові відносини. «Теорія політичного ділового циклу» базується на тому, що існує зворотна залежність між рівнем безробіття та рівнем інфляції, яка визначається кривою Філіпса, тобто безробіття зменшується, а ціни зростають.

5. Взаємозв'язок інститутів ринку, держави, режиму накопичення благ, внутрішнього механізму регуляції цих складних процесів і криз аналізують в теоріях регуляції (М. Агльетта, Р. Буайє, А. Бертран, А. Липець). Прихильники цього наукового напрямку розглядають як внутрішній механізм господарювання, так і зовнішні фактори: війни, зіткнення між соціальними групами, існуючі соціальні форми функціонування системи. Психологічні теорії пояснюють цикл зміною настроїв мас, які впливають на інвестиції.

6. Значне місце серед факторів, які мають вплив на циклічність, належить тенденціям в розвитку науково-технічного прогресу. Теорії нововведень пояснюють цикл використання в виробництві важливих нововведень (Шумпетер, Хансен, Кондратьєв). Активна частина основного капіталу морально старіє впродовж 10-12 років. Це потребує її оновлення, і в подальшому стимулює економічне пожвавлення. Економісти підкреслюють значимість капіталоутворення як вихідного феномену циклу. В циклі одні економічні змінні завжди відчують більше коливань, ніж інші. Наприклад, галузі виробництва товарів тривалого користування чи капітальних благ відчують на собі найбільші циклічні коливання.

7. Відомий економіст М. Кондратьєв вважав причиною довгих циклів радикальні зміни в технологічній базі суспільного виробництва, його структурну перебудову.

8. Австрійський економіст Й. Шумпетер, вивчаючи ділові цикли, обґрунтував концепцію, згідно якої головною рушійною силою довгострокових

коливань капіталістичної економіки є будівельні цикли, які мають середню тривалість 17-18 років. Саймон Кузнець та Раймонд Голдсміт виділяли 20-и річні будівельні (відновлювальні) цикли, рушійними силами яких є зрушення у відтворювальній структурі виробництва. Паралельно із відтворювальними та будівельними циклами виділяють малі цикли, які пояснюються взаємодіями грошово-кредитних факторів, динамікою коливань величини запасів матеріально-технічних цінностей на підприємствах та інших факторів.

У цілому ж, економісти відмічають скорочення періодичності циклів у зв'язку з прискоренням строків оновлення основного капіталу під впливом науково-технічних досягнень у сучасному світі.

Дослідження циклічності суспільного відтворення є важливим та значимим не лише для розуміння природи економічних криз, але і для попередження, пом'якшення їхніх негативних проявів, прогнозування коливань обсягів інвестицій та виробництва, розробки стратегії державного регулювання економіки. Наприклад, рішення про інвестування в яку-небудь сферу стане більш обґрунтованим і менш ризикованим, якщо будуть враховуватися підвищувальні та знижувальні хвилі.

Також підприємства, які ухвалюють рішення відносно інвестицій та обсягу виробництва, виходять із припущень про майбутні перспективи. Якщо, на їхній погляд, наступний період принесе депресію, то вони будуть намагатися скоротити інвестиції вже зараз. І навпаки, за умови, якщо вони очікують, що через півроку ціни значно зростуть, вони вже сьогодні будуть квапитися закупити товари, придбати обладнання та розширити будівництво. Успіх управління економічними кризами залежить від своєчасних та адекватних дій державного апарату менеджерів, підприємців та інвесторів.

2.7.4. Технологія антикризового управління

Антикризове управління – це сукупність методів, прийомів, які дають змогу розпізнавати кризи, здійснювати їхню профілактику, дозволяють подолати їхні негативні наслідки та згладити перебіг кризи.

Технологія антикризового управління включає в себе ряд послідовних кроків щодо реалізації механізму впливу на систему з метою попередження, пом'якшення та подолання криз різних типів.

Менеджер з антикризового управління повинен мати системне бачення, уміти повністю охопити поглядом ряд взаємопов'язаних проблем, які можуть призвести організацію до банкрутства, або різко погіршити соціальне становище людей.

Методи антикризового управління на рівні державного регулювання включають:

- розробка нормативних та законодавчих актів;
- визначення напрямків фінансової та соціальної політики;
- допомога малому бізнесу та інноваційній активності підприємств;
- забезпечення та формування конкурентоспроможності країни на світовому ринку.

Антикризове управління на рівні менеджменту організацій – це:

- розробка стратегій, які дозволяють досягати конкурентних переваг на ринку з урахуванням ризиків;
- формування антикризової команди менеджерів і реалізація програми щодо виходу із кризи;
- розробка та проведення заходів, націлених на залучення фінансових ресурсів до організації та реструктуризація кредиторської заборгованості;
- своєчасне вирішення конфліктів і вибір оптимальної кадрової політики, проведення реорганізації на складному етапі банкрутства.

Таким чином, антикризове управління – це система управління підприємством, яка має комплексний та системний характер. Вона націлена на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ завдяки використанню всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки та реалізації на підприємстві спеціальної програми, яка має стратегічний характер, і дає змогу усунути тимчасові складнощі, зберегти та підвищити ринкові позиції за будь-яких обставин, спираючись, в основному, на власні ресурси.

2.8. Теорія та методологія інноваційного розвитку економіки

У результаті проведеного аналізу появи винаходів і нововведень впродовж останніх 200 років, яке було здійснене американським вченим Маркетті, було виявлено, що вони з'являються хвилями, мають певну конфігурацію і частоту, тобто після хвилі винаходів з певним часовим лагом виникають хвилі нововведень. Цікавим виявився той факт, що в результаті порівняння та аналізу трьох хвиль було з'ясовано наступне: часова відстань між центральними точками кожної хвилі залишається постійною і дорівнює 55 років для нововведень і 63 роки – для винаходів, а це, як зрозуміло, відповідає періодичності довгих хвиль М. Д. Кондратьєва.

З використанням сучасних аналітичних методів дослідження та пакетів прикладних програм і комп'ютерної техніки вдалося виділити майже 1500 видів циклів, які мають відношення до економіки. Але дійсно вагоме практичне і теоретичне значення мають лише такі з них:

- цикли товарно-матеріальних запасів Джозефа Кітчина з періодом коливань до 3 років;
- цикли інвестицій в обладнання та устаткування Клемента Жугляра з періодом коливань 7-11 років;
- будівельні цикли Саймона Кузнеця з періодичністю 18-22 роки.

Особливої уваги та усвідомлення потребує той факт, що фази винаходів та нововведень мають тенденцію до прискорення. Цю думку можна підтвердити на прикладі найвагоміших винаходів, які відбувалися впродовж останніх 250 років і хвильової динаміки великих циклів. Тобто, починаючи від перших винаходів та їх втілення і наближуючись до нашого часу, чітко простежується скорочення розриву між винаходом і його втіленням у виробництво.

Якщо брати до уваги довгострокову перспективу розвитку виробництва, то він буде залежним, в основному, не від ресурсних можливостей, а саме від інноваційного характеру виробництва в конкурентному середовищі.

Необхідно підкреслити, що вихід із фінансово-економічної кризи, в якій нині перебуває світова економіка, має завдячувати новій хвилі нововведень, яка буде підґрунтям подальшому періоду пожвавлення, підйому та зростання. Ці нововведення пов'язані з такими пунктами, як:

- бурхливий розвиток науки, що створює передумови появи нових технологій;
- зникнення чи/або радикальна перебудова традиційних галузей економіки та видів діяльності;
- перетворення сільського господарства на науко- та капіталомістку галузь економіки;
- розвиток сфери послуг;
- індустріалізація та інформатизація країн, які розвиваються;
- зміна навколишнього середовища та гостра потреба в його захисті;
- виникнення нових концепцій організаційного розвитку;
- тенденція до децентралізації моделі життя населення, моделювання виробничого процесу і прийняття рішень.

У 2008 році, так би мовити сформувалася нова епоха, перехід до якої став свідком того, що перервність неперервності, тобто період кризи настав і це стало фіналом як для всіх тих підприємств, які не змогли адаптуватись до нових умов, так і для окремих складових суспільства. Ця криза була спричинена, насамперед, такими проблемами:

ринкова економіка накопичила значну кількість депресивних елементів унаслідок перенасичення ринку товарами і їй не вдалося перебороти кризові явища за рахунок підтримки високорозвиненими країнами високих темпів збільшення сукупного світового попиту;

відбулося швидке зменшення запасів мінеральної та енергетичної сировини, а також виснаження культурного шару землі;

навколишнє середовище (природа) утратило здатність до самовідтворення та саморегуляцію внаслідок накопичення відходів і токсичних продуктів життєдіяльності, перегріву атмосфери, зміни повітряних потоків тощо.

Реальне відтворення насправді виявляється поєднанням, сплетінням та взаємонакладенням різних циклів. Ці поєднані цикли і хвилі формують той економічний чи діловий цикл, з яким повсякденно мають справу всі суб'єкти економіки. Аналіз ділового циклу та виявлення і оцінення його складових являє собою надзвичайно важке завдання. Складності аналізу настільки є великими, що можуть приводити до абсолютно різних результатів.

Після другої світової війни труднощі щодо аналізу ділового циклу зросли, що пов'язується з деформацією промислового циклу – фази кризи та депресії стали супроводжуватися інфляцією та стагфляцією, а, як відомо, стагфляція ускладнює вихід із кризи та продовжує її. Класична криза та депресія з падінням цін, а далі і позичкового процента створювали ситуацію, сприятливу для одержання позичок підприємцями для інвестицій, що наближувало поживлення економіки. Інфляція ж супроводжується не лише високими цінами на товари, але і високим позичковим процентом, який пригнічує інвестиції.

Приблизно в цей же часовий період виникла тенденція до зменшення розмаху коливань циклу. Основними причинами виникнення такої тенденції можна вважати підсилення як державного, так і приватного регулювання відтворення та виробництва.

Їм став притаманним хронічний характер. Щороку все більшого впливу на циклічність має наростаюча екологічна криза, яка з часом перетворюється в екологічну катастрофу.

Крім того, додалися або загострилися такі фактори подальшого ускладнення циклічності, як структурні кризи, а саме: енергетична, сировинна, продовольча, політична тощо.

Суб'єкти ринку вже не можуть розглядати окремо все більш складні складові ділового циклу. На сьогодні, діловий цикл являє собою нерегулярну схему повторюваних періодів розширення та звуження рівнів ділової активності. При аналізі ділового циклу як цілого (наприклад, модель ділового циклу Самуельсона - Хікса), економісти:

- по-перше, абстрагуються від складових і розглядають його в найбільш

загальних характеристиках;

- по-друге, досліджують як певна кількість деяких факторів спричинить ті чи інші зміни.

Вчені, які займалися дослідженням зростання економіки виявили, що впродовж всієї еволюції суспільства рушійною силою його розвитку були і залишаються інновації.

Сьогодні, в умовах ринкової економіки, підприємства використовують інновації як дієвий та ефективний фактор в конкурентній боротьбі за споживача.

Підґрунтям теорії інноваційного розвитку економіки є поняття інновація, нововведення, під якими можна розуміти різноманітні види діяльності нових елементів, які дають змогу підвищити результативність цієї діяльності.

Під інновацією можна розуміти нововведення в галузі техніки, технології, організації праці та управління, які засновані на використанні досягнень науки та передового досвіду, а також використанні цих нововведень в різних галузях та сферах нововведень.

Поняття інновація та нововведення деякі автори використовують як синоніми (Макконнелл К. Р. і Брю С. Л.), під якими розуміють запуск в виробництво нового продукту, впровадження нового виробничого методу чи використання нової форми організації бізнесу.

Інновація (згідно з Ф. Котлером) – це ідея, товар або технологія, що запуснені в масове виробництво та представлені на ринку, які споживач сприймає як абсолютно нові або такі, які мають певні унікальні властивості.

Ф. Ніксон під інновацією вважає сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, які сприяють появі на ринок нових та покращених процесів та обладнання.

Інновація у трактовці Й. Шумпетера являє собою нову науково-організаційну комбінацію виробничих факторів, яка змотивована підприємницьким духом.

Іноді під «інноваціями» розуміють абстрактне нововведення, яке має

певний економічний ефект, без врахування його галузі та сфери застосування. На відміну від щойно зазначеної точки зору, Герасимов А. В. вважає, що інновація вже включає в себе нововведення і передбачає його конкретне впровадження та використання, тобто сама ідея, винахід не відносяться до інновацій доти, доки вони не знайшли свого споживача. Таким чином, інновація – це загальноекономічна закономірність, двигун і спонукальний мотив прогресу суспільства, що за своєю суттю, своїм головним завданням вважає підвищення результативності, а також не лише пошук нової ідеї, але і матеріальне забезпечення інновації.

Варто зазначити, що інновації стали предметом спеціального наукового дослідження лише в ХХ ст.

Виділяють три найбільш вагомні етапи в формуванні і розвитку теорії інновацій:

1. Перша третина ХХ ст. – формування фундаментальних основ теорії, зокрема базових інновацій;
2. Друга третина ХХ ст. – розвиток і деталізація базових інноваційних ідей попереднього періоду;
3. З середини 70-х років ХХ ст. – новий теоретичний прорив, пов'язаний із хвилею епохальних і базисних (базових) інновацій в період становлення постіндустріального суспільства.

Особливо важлива роль у розробці теорій інноваційної динаміки, основ теорій інновацій у ритмі циклічно-генетичних закономірностей розвитку суспільства належить Й. Шумпетеру, Ф. Броделю, Г. Меншу, С. Кузнецю, М. Кондратьєву, П. Сорокіну.

Й. Шумпетера можна вважати засновником теорії інновацій. Він зосередив увагу саме на економічних інноваціях та достатньо високо оцінив роль підприємця, якого вважав новатором в економічному прогресі, чия ключова роль полягала в реформації або революціонізації виробництва, використовуючи для випуску нових товарів або виробництва старих більш новим способом, відкриваючи нові джерела і матеріали або нові ринки. Тобто,

можна стверджувати, що саме завдяки підприємцю - інноватору відбуваються динамічні зміни в економіці. Також Й. Шумпетер вперше зазначив відмінність між такими категоріями як винахід та нововведення. Він трактував нововведення як відкриття нових знань, нових продуктів, нових джерел постачання, нових форм індустріальних організацій та їх практичного застосування в економіці.

Важливий вклад у розвиток інноваційних теорій належить С. Кузнецю, зокрема у нього є праці щодо взаємозв'язку інновацій та економічного зростання. Варто зазначити, що С. Кузнецем було введено поняття «епохальне нововведення», яке лежить в основі переходу від однієї історичної епохи до іншої. Крім того, С. Кузнець вважав, що революційне прискорення темпів економічного росту в індустріальну епоху обумовлене епохальним нововведенням, тобто новим джерелом зростання став прискорений розвиток науки.

Довгострокове збільшення здатності економіки забезпечувати все більш різноманітні потреби населення за умови використання все більш ефективних технологій і відповідних до них інституціональних та ідеологічних змін С. Кузнець вважав економічним ростом. Крім того, економічне зростання має три ключові ознаки:

1) постійне зростання національного продукту та здатності економіки задовольняти все більш широке коло потреб людей, що, власне, і буде свідчити про зрілість економіки;

2) технічний прогрес, який вважається основою зростання, його необхідною умовою;

3) інституціональні, поведінкові та ідеологічні зміни є принципово необхідними для реалізації в новій технології потенціалу росту.

Потрібно підкреслити, що епохальні нововведення і інновації забезпечують прорив в розвитку суспільних знань. Всю історію розвитку економіки можна розділити на так звані економічні епохи, кожна з яких визначається епохальними нововведеннями з притаманними саме їй

характеристиками росту. С. Кузнець до найважливіших джерел економічного зростання відносить появу сучасної науки як основи розвитку технологій, оскільки вона забезпечує прорив в еволюційному розвитку науки, тобто створює потенціал для розвитку технології, який багатократно перевищує той, що існував до нього. С. Кузнець переконаний, що саме епохальні нововведення та реалізуючі їх потенціал хвилі базових (базисних) інновацій лежать в основі переходу не лише економіки, але і всього суспільства в цілому, з однієї сходинки на іншу.

Не можна знову не згадати ім'я М. Кондратьєва та його чималий внесок у розвиток теорії інноваційного розвитку економіки завдяки його вченню про великі цикли кон'юнктури, де він обґрунтував взаємозв'язок висхідних і низхідних хвиль довгих циклів з хвилями технічних винаходів і їх практичного використання.

Щодо вкладу Дж. Бернала, то він довів тезу, суть якої полягала в тому, що «періоди розквіту науки зазвичай співпадають з періодами підвищення економічної активності і технічного прогресу як наслідку використання інновацій».

Під інновацією Б. Твісс розуміє винахід або ідею, які одержують економічний зміст, іншими словами, він вважав під нововведенням процес, у якому винахід чи наукова ідея мала економічний зміст та творчий характер інноваційної діяльності. Ще однією заслугою Б. Твісса є виявлення та виділення факторів, які визначають успіх чи невдачі нововведень, до яких він відніс фактори, які надані на рис. 2.8.

Особливо важливо зазначити, що, впродовж останнього часу, розвиток теорії інноваційної економіки відбувається з використанням такого методу дослідження як узагальнення. Мається на увазі той факт, що досвід існуючих інновацій узагальнюється різними національними та міжнародними організаціями, що, врешті решт, сприяє підвищенню ефективності інноваційної діяльності, але це стосується еволюційної стадії розповсюдження покращуючих інновацій.

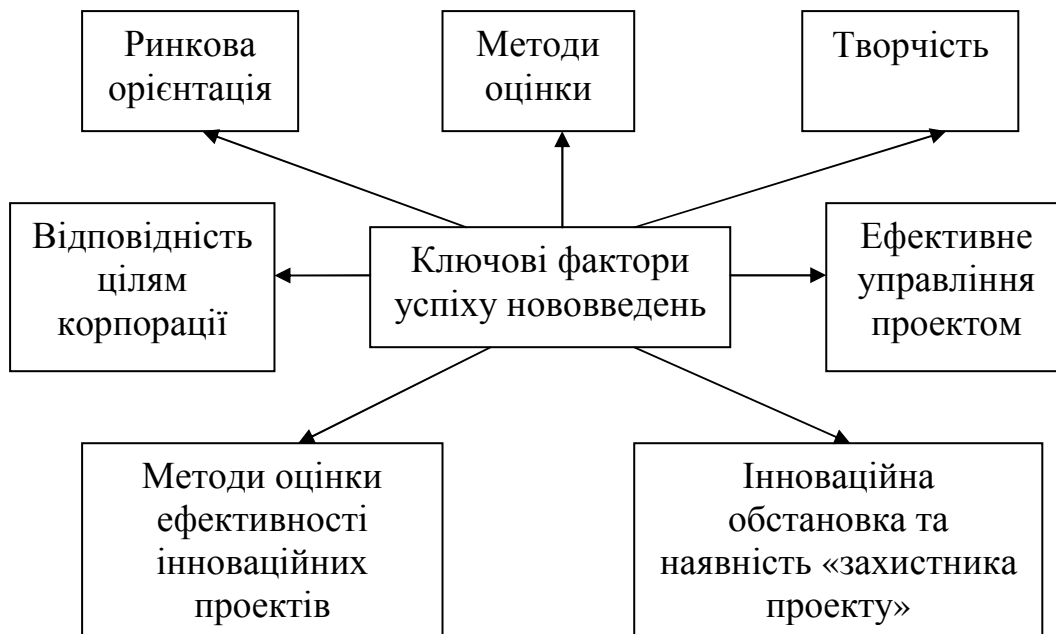


Рис. 2.8 - Ключові фактори успіху нововведень

Крім перелічених вище імен відомих учених, які займалися вивченням теорій інноваційного розвитку, потрібно згадати Ю. В. Яковця, який в своїх роботах розглядував інновації як обов'язкову частину науково-технічних та економічних циклів (будь-якої тривалості), як основу виходу із кризи, а також досліджував взаємозв'язок наукових, технічних, інноваційних, економічних, освітніх, організаційно-управлінських циклів та їхніх інноваційних фаз.

Заслужують уваги праці іншого російського науковця – А. І. Анчішкіна, який займався фундаментальними дослідженнями довгострокових тенденцій в динаміці науки, техніки та економіки, зокрема ним було виділено в історії науково-технічного прогресу три епохальних перевороти, якими було реалізовано кластери базових інновацій:

- 1) перша промислова революція кінця XVIII – початку XIX ст.;
- 2) друга промислова революція останньої третини XIX – початку XX ст.;
- 3) третя промислова революція, яка розпочалася з середини XX ст. і переросла в науково-технічну революцію.

Упродовж 1980-2000 рр. розпочали створюватися ознаки нової - другої хвилі науково-технічної революції, основними ознаками та характеристиками якої є: корінна перебудова технології виробництва на основі електроніки, біотехнології, автоматизації складних технічних систем, інформаційний вибух, абсолютне панування техніки на науковій основі, перетворення матеріалізації наукових знань в головне джерело розширеного відтворення.

Формування нових ідей щодо розвитку теорії інновацій обумовлені гострою кризою світової економіки середини 1970-х – початку 1980-х рр. У результаті кризи в економіці виникло таке явище як стагфляція (галопуюча інфляція в умовах падіння виробництва), що було нетрадиційним для кризових теорій і в результаті цього переглянуто значну кількість ключових ідей розвитку економіки.

Протягом останніх років в дослідженнях економічного добробуту було виявлено і доведено економічне зростання країн, які розвиваються, за рахунок інновацій, а також виділено фактори цього економічного зростання (А. Б. Яффе, Дж. Лернер, С. Штейн, М. Гяратана, С. Торриси, А. Пагано и др.). Принципово важливим моментом у їхніх дослідженнях є виділення такого фактору інноваційного розвитку економіки як освіта. А, як відомо, спеціальна освіта відіграє ключову роль у науково-технічному прогресі.

А. Арора і А. Гамбардела також вважали наявність високоосвічених спеціалістів основним фактором інноваційного розвитку. Так, у всіх країнах, в яких є, а головне, розвивається високотехнологічний сектор економіки, існують високоосвічені спеціалісти відносно рівня розвитку регіону. Паралельно з цим, у таких країнах немає розгалуженої та диференційованої економічної бази, що робить неважливими альтернативні затрати для робочої сили при зміні спеціальності.

Аналізуючи значення освіти при інноваційному розвитку економіки необхідно врахувати, що освіта дійсно надає знання та навички підприємцям та іншим зацікавленим особам, які мають відношення до інноваційного процесу та економічного зростання, крім того, освіта може стимулювати креативність та

уявлення, що спрощує механізм пристосування інновацій до вимог в реальному світі. Разом з тим, освіта може відіграти і негативну роль, зменшуючи чи позбавляючи творчості, нестандартності мислення, заставляючи розмірковувати та діяти у строго зазначеному порядку.

На відміну від розглянутих вище підходів, К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю ключовим фактором інноваційного розвитку економіки вважають крупні організації, аргументуючи тим, що лише у крупних підприємств є можливість забезпечити та гарантувати технічний та технологічний прорив, оскільки вони володіють чималим ресурсним потенціалом на противагу малому бізнесу.

До ключових факторів інноваційного розвитку економіки, крім крупних організацій також відносять: надлишок висококваліфікованих кадрів, міжнародні зв'язки та внутрішній попит.

Як видно з викладеного вище, значення незалежного підприємця в інноваційному процесі з кожним роком ставала менш значущою через витіснення його крупними організаціями, які постійно здійснюють дослідження та розробки. В той же час, можна стверджувати, що з часом наука починає відігравати все більшого значення, більш того, вже не лише рівень розвитку держави має вплив на науку, а саме рівень розвитку науки впливає на швидкість прогресу країни. Тобто, у сучасній економічній системі, інновація та інноваційна діяльність відіграють особливо важливу роль. В зв'язку з цим, принциповою стає взаємодія та взаємозв'язок науки, держави та бізнесу.

2.9. Класифікація інновацій та інноваційних підходів

Для правильного та чіткого розуміння сутності інновацій необхідно розглянути їхню класифікацію, яка була здійснена у 30-ті роки XX ст. Так, було виділено працезберігаючі, капіталозберігаючі та нейтральні інновації А. Пігу, Й. Шумпетером, К. Вікселлем. Іншими вченими – М. Кондратьєвим, С. Кузнецем, П. Сорокіним та Ю. Яковцем – розроблено теорію та систему, яка пояснювала темп і характер інновацій у часі, в результаті чого було виділено

технологічні, екологічні, економічні, соціально-політичні та державно-правові інновації. При класифікації інновацій, залежно від рівня новизни інновації та її можливому і фактичному впливу на конкретну сферу життя суспільства чи на розвиток людства в цілому виділяють епохальні інновації, базисні інновації, покращуючі інновації, мікроінновації, вседоінновації та антиінновації.

Нині існуюча класифікація інновацій надана на рис. 2.9.

Досліджуючи інновації, необхідно брати до уваги такий важливий фактор як навколишнє середовище, кластер чи економічний простір, у якому функціонує інноватор. М. Портером виявлено вплив економічного середовища на активність підприємця – інноватора, зокрема показано, що чим більш розвиненим є кластер, тим більше можливостей для прогресу.

М. Портером вказано основні фактори, які мають вплив на збільшення кластерів:

- вимогливі та досвідчені споживачі;
- жорстка конкуренція з-поміж місцевих виробників;
- наявність привабливих факторів виробництва;
- наявність економічних зв'язків між секторами економіки.

У результаті взаємодії і взаємовпливу зазначених факторів відбувається постійний процес інновацій, який можна віднести до однієї з найважливіших переваг у конкурентній боротьбі.

Варто підкреслити, що уряд не зможе створювати кластери. Це можна пояснити тим, що природа розробки інновації ускладнює штучне створення кластерів. Щодо комерціалізації технологічних винаходів, то вона вимагає адаптації наукового потенціалу до потреб споживача і до ринку, а не державного тиску та управління.

Як зрозуміло із сказаного вище, розробка та впровадження нових технологій є складним завданням, яке вимагає залучення не лише науковців, але підприємців та держави, оскільки лише на рівні використання нова ідея перетворюється в інновацію.



Рис. 2.9 - Класифікація інновацій та інноваційних підходів

У результаті аналізу різних підходів до теорій інноваційного розвитку економіки можна виділити наступні основні умови, за яких зростання економіки на основі інновацій є можливим:

- надлишок висококваліфікованих кадрів;
- постійні витрати на освіту;
- наявність приватного капіталу та умови, за яких цей капітал можна інвестувати в інновації;
- внутрішній попит;
- відкритість економіки;
- міжнародні зв'язки;
- розвиненість кластерів та створення конкурентних переваг.

Таким чином, не зважаючи на те, що впродовж останнього часу визнавалась особливо важлива роль великих організацій щодо інноваційного розвитку економіки через наявність у них крупного капіталу та наукового потенціалу, але, як показано у класифікації інновацій та їх значущості, ключове значення таких підприємств лише в покращуючих інноваціях. Це пояснюється тим, що існує чималий ризик, пов'язаний з виходом на ринок абсолютно нового товару, чим в основному займається малий та середній бізнес, який, власне, і є основним джерелом інноваційного зростання та розвитку економіки.

Контрольні запитання для самодіагностики:

1. Економічна статика і динаміка.
2. Види економічних процесів.
3. Основні складові динамічної моделі.
4. Стаціонарність динамічного ряду.
5. Характеристика економічних циклів, їх тривалості і амплітуди коливань.
6. Оцінка рівня коливань в економічній динаміці.
7. Зміст і ендогенний механізм довгоплинних коливань.
8. Аналіз динаміки і циклічності економічних процесів.
9. Сутність стаціонарності динамічного ряду.
10. Циклічні та нециклічні кон'юктуроутворюючі фактори.
11. Теорії економічних циклів, їх порівняльна характеристика.
12. Безкризові теорії розвитку економіки.
13. Вклад Гарвардського бюро і Англійської економічної школи у вивчення коливань економічної кон'юнктури.
14. Зміст та види економічної кон'юнктури.
15. Економічні барометри.
16. Поняття рівноваги в економіці.

ТЕМА 3. ДЕРЖАВНА КОН'ЮНКТУРНА ПОЛІТИКА

- 3.1. Сутність та характеристика кон'юнктурної політики
- 3.2. Основні функції держави у галузі кон'юнктурної політики
- 3.3. Державні методи впливу на кон'юнктурну політику
- 3.4. Антициклічні заходи економічної політики держави

3.1. Сутність та характеристика кон'юнктурної політики

При аналізі та прогнозі кон'юнктурної ситуації важливим моментом є визначення впливу загальногосподарської кон'юнктури на кон'юнктуру галузеву. Також доцільним є визначення рівня залежності даної галузі від інших галузей і ринків, від експорту та імпорту, від моди. Щоб досягти певних результатів, будь-то це певна галузь економіки, підприємство, регіон, потрібно вести так звану кон'юнктурну політику. Скориставшись визначенням кон'юнктурної політики, дане П. Момбертом можна вважати, що:

- по-перше, це «поведінка під час певної кон'юнктури задля уникнення втрат та ущербу або ж за хорошої кон'юнктури по можливості використовувати її переваги»;

- по-друге, «сукупність засобів та можливостей, які мають за ціль вплинути на хід кон'юнктури в абсолютно визначеному напрямку».

Тобто, «Будь-яка кон'юнктурна політика має бути, перш за все, прогнозом кон'юнктури, який висуває собі за мету якомога раніше розпізнати ознаки наступного повороту кон'юнктури».

Кон'юнктурну політику можна розділити на:

- 1. Активну, коли ведеться політика на користь бажаної ситуації на ринку.
- 2. Пасивну:
 - 1) коли кон'юнктурна політика спрямована проти можливої ситуації;

2) коли кон'юнктурна політика спрямована проти ситуації, яка вже склалася на ринку:

а) зовнішня кон'юнктурна політика:

політика закупок: політика цін, кондицій, організації закупок та збуту;

політика збуту: політика цін, кондицій, організації закупок та збуту.

б) зовнішня кон'юнктурна політика:

політика виробництва та робоча політика;

фінансова політика.

Схематично кон'юнктурну галузеву політику можна зобразити таким чином (рис. 3.1).

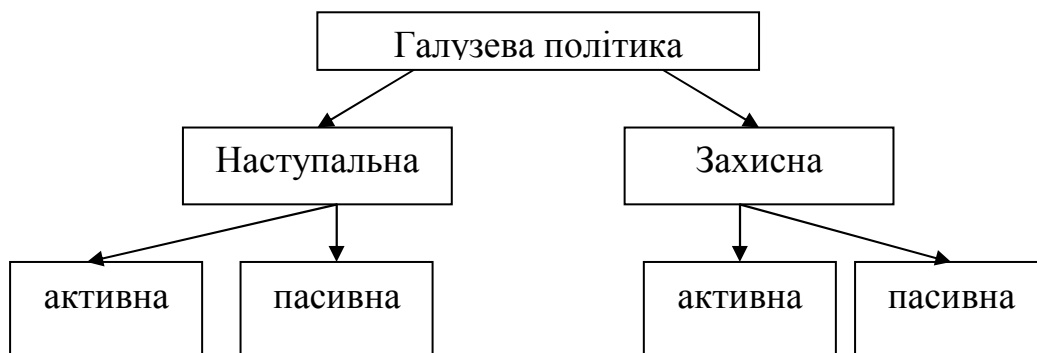


Рис. 3.1 - Схема галузевої політики

Основною метою державної галузевої політики є вирішення проблем, пов'язаних з так званими провалами ринку, до яких можна віднести недосконалість системи інформації, серед якої надзвичайно важливе місце посідає такий її феномен як асиметрична інформація; суспільні блага, монопольна влада, зовнішні ефекти.

3.2. Основні функції держави у галузі кон'юнктурної політики

Кон'юнктурна політика держави – це сукупність урядових заходів стосовно забезпечення динамічного та рівноважного стану національної економіки в умовах повної зайнятості, стабільних цін і зовнішньоекономічної

рівноваги (актициклічне регулювання). Причини, що спонукають державу розробляти та здійснювати кон'юнктурне регулювання, пов'язані з такими негативними явищами: зростання безробіття, збільшення ризикованості інвестицій, дефіцит деяких ресурсів, інфляція, несформованість ринку цінних паперів, диференційований споживчий попит населення (зосередження великої грошової маси з обмеженими можливостями інвестування в одних групах і недостатня грошова маса для раціонального споживання – у інших).

З метою забезпечення ефективної кон'юнктурної політики держава здійснює ряд функцій, основними з яких можна вважати наступні (рис. 3.2).

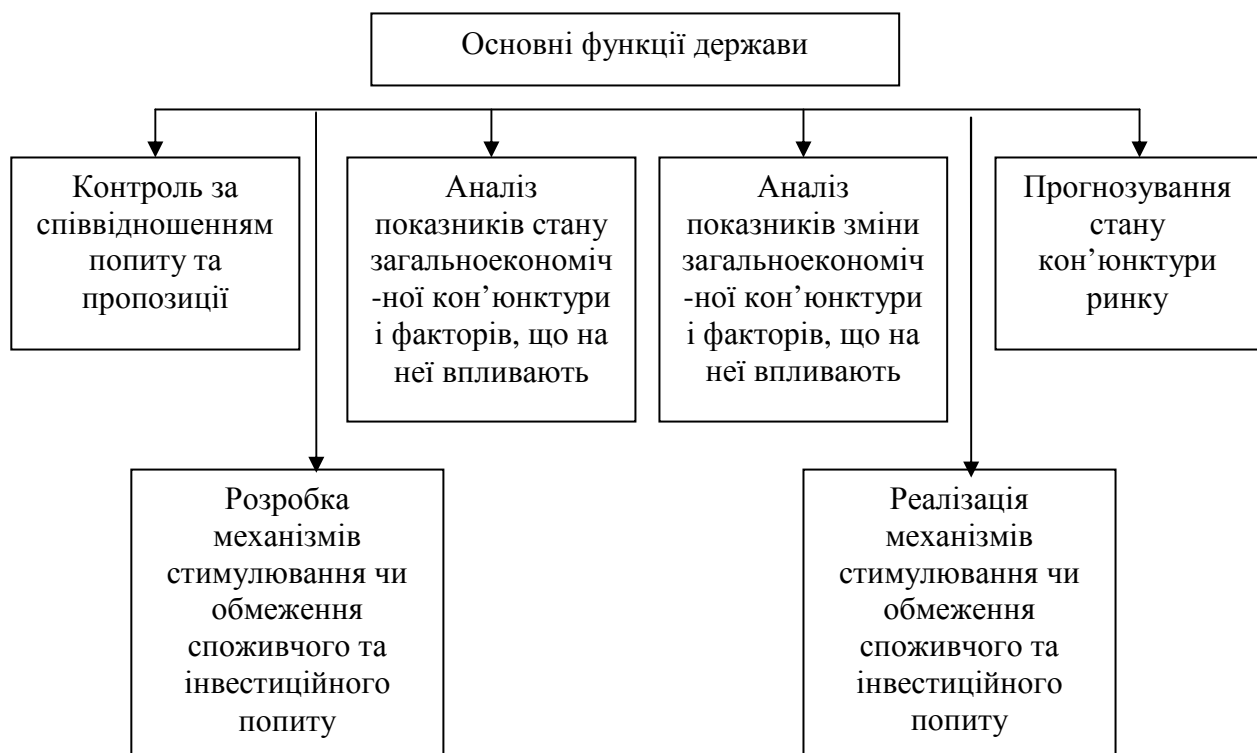


Рис. 3.2 - Основні функції держави у галузі кон'юнктурної політики

3.3. Державні методи впливу на кон'юнктурну політику

У сучасних умовах країни з ринково орієнтованою економікою використовують систему заходів, спрямовану на подолання циклічності в економіці. Головну роль у цій системі відведено державі, яка своїми заходами в

період криз намагається найдоцільнішим чином вирішити наявні суперечності в економіці. Для цього вона застосовує грошово-кредитну, фінансово-бюджетну політику, а також пряме адміністративно-правове регулювання (рис. 3.3).

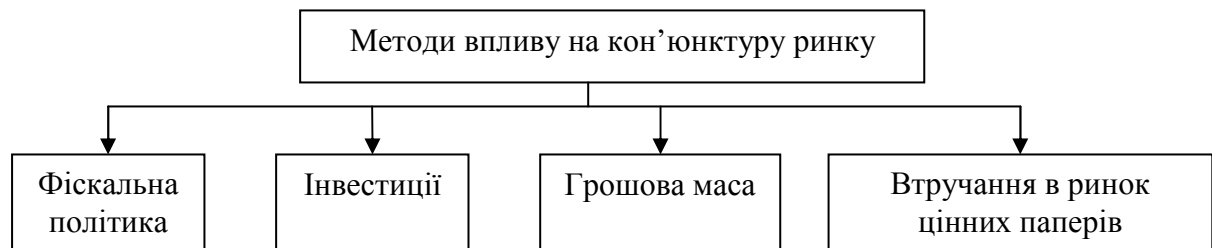


Рис. 3.3 - Державні методи впливу на кон'юнктуру ринку

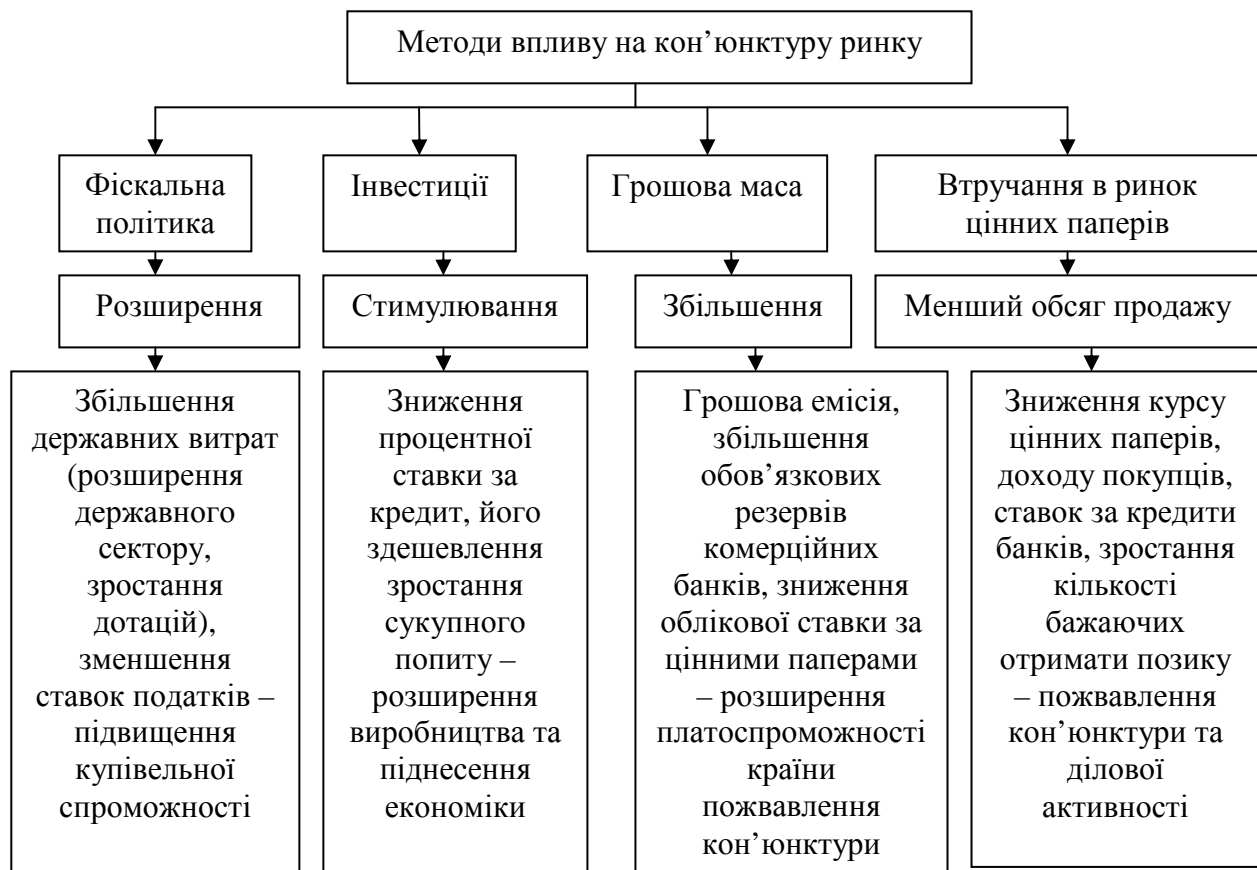


Рис. 3.4 - Державні методи впливу на кон'юнктуру ринку з метою активізації сукупного попиту

Залежно від мети (необхідність в активізації чи необхідність в стримуванні сукупного попиту) на державному рівні застосовують такі методи впливу на загальноекономічну кон'юнктуру (рис. 3.3-3.5).



Рис. 3.5 - Державні методи впливу на кон'юнктуру ринку з метою стримання сукупного попиту

Грошово-кредитне регулювання держава здійснює шляхом застосування інструментарію облікової ставки, банківських резервів та купівлі-продажу цінних паперів, що впливають на величину грошової маси в країні. Фінансово-бюджетне регулювання уряд проводить шляхом податкової політики і використання коштів державного бюджету. Адміністративно-правове регулювання реалізується через прийняття спеціальних нормативних актів, розпоряджень і законів, що безпосередньо регламентують розвиток економіки, впровадження системи стандартів, санкцій, ліцензій, патентів, норм, квот і державних замовлень.

Ключовими показниками, що характеризують рівень загальноєкономічної кон'юнктури ринку є інфляція та безробіття. Причому спостерігається тенденція до росту інфляції в період високої кон'юнктури, а безробіття – в період низької кон'юнктури.

3.4. Антициклічні заходи економічної політики держави

Антициклічне регулювання – це система економіко-політичних заходів, які здійснюються державою з метою пом'якшення циклічних коливань, мінімізації понесеного збитку.

Антициклічне регулювання зародилося у другій половині XIX ст., його сутність полягала в тому, що держава надавала допомогу підприємствам, які опинялись в тяжкому становищі, виплачували грошову допомогу безробітним. Із поглибленням та накопиченням досвіду державне регулювання стало розповсюджуватися на всі фази циклу.

Після війни регулювання носило «пожежний» характер, тобто рішення ухвалювалось при загрозі загострення ситуації, заходи на кризи відбувалися із запізненням.

Зараз же відпрацьовані схеми впливу на економічні процеси за допомогою контролю грошової маси, доступу до кредиту, розширення державних закупівель, збільшення державних інструментів впливу.

Основою державного регулювання є кейнсіанство – паралельно з вибірковими діями, щодо деяких галузей здійснювали масштабні заходи за допомогою податкової, кредитної, бюджетної та адміністративної політики. Тобто в період підйому необхідно запобігати надвиробництву, а в період спаду – стимулювати сукупний попит, робити нові капіталовкладення, стимулювати експорт (зовнішньоекономічна політика).

Грошово-кредитне регулювання – одержавлення центрального емісійного банку і використання його основної зброї – здешевлення та здорожчання кредиту.

Бюджетне регулювання – податкове – діє на заощадження та споживчий попит, державні інвестиції.

Адміністративне регулювання – обмеження або заборона у вигляді наказів, розпоряджень, законів і т. д.

Контрольні запитання для самодіагностики:

1. Що являє собою кон'юнктурна політика?
2. Перелічити та розкрити сутність основних функцій держави у галузі кон'юнктурної політики.
3. За допомогою яких методів можна впливати на кон'юнктуру ринку задля активізації сукупного попиту?
4. За допомогою яких методів можна впливати на кон'юнктуру ринку з метою стримання сукупного попиту?
5. Місце антициклічних заходів у економічній політиці держави.

ТЕМА 4. ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ

4.1. Класифікація кон'юктуроутворюючих факторів.

4.2. Ключові кон'юктуроутворюючі фактори підприємств туризму.

4.3. Характеристика позитивно та негативно діючих факторів туристської індустрії.

4.4. Дослідження структурних елементів ринку.

4.5. Методика дослідження економічної кон'юнктури.

4.6. Оцінка стратегій розвитку кон'юнктури ринку.

4.7. Методи аналізу основних тенденцій кон'юнктури ринку.

4.1. Класифікація кон'юктуроутворюючих факторів

Під факторами розуміють причини, за яких утворюються чи формуються певні наслідки. Будь-яка ситуація, що складається на галузевому ринку, є наслідком взаємодії певної кількості факторів. У свою чергу, ринкові ситуації формуються під впливом значної кількості факторів, так званих кон'юктуроутворюючих факторів. Саме тому, з метою більш ефективного аналізу, їх дії необхідно класифікувати багатфакторні сукупності за відповідними критеріями.

Таким чином, для забезпечення якісного аналізу та прогнозування кон'юнктури галузевих ринків в умовах багатфакторних механізмів їх формування, виникає необхідність проведення групування факторів для класифікації.

У теорії та практиці кон'юктурознавства застосовують декілька класифікаційних критеріїв кон'юктуроутворюючих факторів, які надані на рис. 4.1.

За критерієм часу дії кон'юктуроутворюючі фактори поділяються на:

- короткотермінові зі строком дії до 1,5 року;
- середньотермінові або циклічні – від 1,5 року до 10-11 рр.;
- довготермінові – понад 11 років.

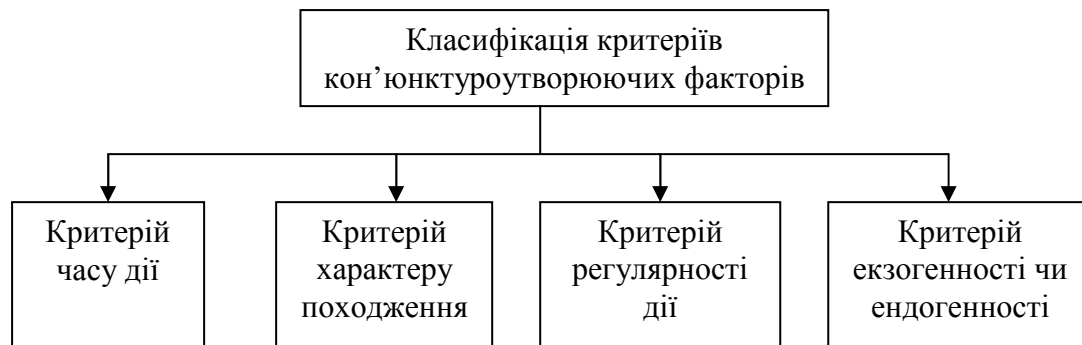


Рис. 4.1 - Класифікація критеріїв факторів кон'юнктури

До основних короткотермінових факторів відносяться наступні характеристики:

- сезонність;
- екстремальні погодні умови;
- спекулятивні операції на ринках;
- політичні кризи;
- масові заворушення;
- короткотермінові макроекономічні фактори;
- курси акцій на міжнародних фондових ринках;
- бюджетна політика тощо.

Середньотерміновими кон'юктуроутворюючими факторами вважаються макроекономічні циклічні фактори, іншими словами фактори, які лежать в основі формування макроекономічних циклів. Найбільш вагомими серед них є такі:

- співвідношення між сукупним попитом та пропозицією;
- споживчий попит;
- реальні доходи населення;
- інвестиції та інвестиційний попит;
- державні витрати;
- стан платіжного балансу країни;
- рівень інфляції;
- курси валют;

- монетарна політика центральних банків;
- макроекономічна політика урядів тощо.

Щодо довготермінових кон'юктуроутворюючих факторів, то слід сказати, що вони формують тенденції розвитку як світових і національних галузевих ринків, так і всієї світової економіки на десятки років. Найважливішим довготерміновим фактором вважається науково-технічний прогрес, зокрема нерівномірність розвитку науково-технічного прогресу. Крім цього фактора, важливими довготерміновими кон'юктуроутворюючими факторами є:

- соціальний прогрес людства;
- зростання народонаселення;
- вичерпання деяких видів корисних копалин;
- екологічні зміни;
- концентрація та централізація капіталу;
- розрив між бідними та багатими країнами тощо.

Розглядаючи інший критерій класифікації кон'юктуроутворюючих факторів, слід сказати, що за критерієм походження фактори можна розділити на такі принципово важливі групи:

- економічні;
- соціальні;
- науково-технічні;
- екологічні тощо.

Щодо критерію регулярності дії, то кон'юктуроутворюючі фактори розділяють на:

- фактори регулярної дії (сезонність, економічні цикли, політичні цикли, бюджетна політика і т. д.);
- фактори нерегулярної дії (погодні зміни, стихійні лиха, соціальні заворушення і ін.).

Розглядаючи останній критерій класифікації кон'юктуроутворюючих факторів, необхідно зазначити:

якщо фактори мають внутрішні джерела свого походження, то це ендегенні кон'юктуроутворюючі фактори;

якщо ж фактори мають зовнішні джерела – то це екзогенні фактори.

Також існує погляд, що всі кон'юктуроутворюючі фактори можна розділити на циклічні і нециклічні залежно від зв'язку з економічним циклом відтворення.

Інша точка зору – існування такої класифікаційної ознаки як фактор передбачуваності, відповідно до чого всі кон'юктуроутворюючі фактори поділяються на передбачувані (прогнозовані) і непередбачувані (непрогнозовані). Те, що зміна фаз економічного циклу має періодичний характер є звичайним явищем на ринку.

До цієї групи факторів можна віднести методи державного регулювання економікою, сезонність, розвиток науково-технічного прогресу тощо.

Щодо непередбачуваних факторів, то ними є: погодні умови, стихійні лиха, політичні конфлікти тощо.

Виявлена під час аналізу кон'юнктура з тою чи іншою точністю може бути прогнозована за принципом:

буде впливати;

не буде впливати.

Зважаючи на це припущення всі фактори згідно цієї ознаки можна розділити на:

детерміновані;

стохастичні;

невизначені.

Детерміновані фактори являють собою фактори, вплив яких може бути легко передбаченим із наперед заданою точністю.

Щодо стохастичних факторів, то вони є результатом прояву факторів випадкової природи і тому можуть бути передбачені з певним рівнем вірогідності.

До групи, яка являє собою невизначені фактори, відносяться такі з них,

які невідомі досліднику достатньою мірою, а тому не можуть бути включеними до групи детермінованих чи стохастичних факторів.

Якщо брати до уваги спрямованість дії кон'юнктурутворюючих факторів, то за цією ознакою всі фактори можна розділити на такі групи:

- фактори, які стимулюють розвиток ринку (сприятливі);
- фактори, які стримують його розвиток (несприятливі);
- фактори нейтрального характеру.

4.2. Ключові кон'юнктурутворюючі фактори підприємств туризму

Достатньо умовно всі фактори впливу на ситуацію, яка складається на ринку туристських, готельно-ресторанних послуг можна розділити на такі групи кон'юнктурутворюючих факторів (рис. 4.2).



Рис. 4.2 - Головні кон'юнктурутворюючі фактори підприємств гостинності

Економічні фактори характеризують такі негативні або позитивні прояви ринкового механізму як загальний спад (ріст) виробництва, криза (пожвавлення), інфляція, високий (низький) рівень безробіття, нестабільність (стабільність) фінансової системи, зростання (падіння) цін на ресурси, неплатоспроможність (платоспроможність) партнерів тощо.

Щодо політичних факторів, то важливо зазначити такі характеристики як: політична нестабільність (стабільність) суспільства, зовнішньоекономічна

політика уряду, внутрішньо економічна політика уряду, зміна умов експорту та імпорту, втрата (поява) ринку збуту, недосконалість законодавства взагалі та галузевого зокрема, інші прояви регулювальної функції держави та уряду.

Умови формування конкурентного середовища, механізм формування і підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та національної економіки зокрема, науково-технічний прогрес, його можливості та наслідки – це домінанти ринкових кон'юктуроутворюючих факторів.

Демографічні фактори також є надзвичайно важливими для діяльності підприємств туристської індустрії і потребують постійно діючого моніторингу щодо чисельності і складу населення, життєвого рівня та якості життя населення, культурного устрою суспільства, розміру і структури потреб, платоспроможного (реального) та потенційного попиту населення тощо.

4.3. Характеристика позитивно та негативно діючих факторів туристської індустрії

Усі кон'юктуроутворюючі фактори підприємств туристської індустрії можуть мати на неї як позитивний, так і негативний вплив, і залежно від набору цих факторів буде формуватися той чи інший вид кон'юктури.

Позитивно діючі кон'юктуроутворюючі фактори туристської індустрії зображені на рис. 4.3, а негативно діючі – на рис. 4.4.



Рис. 4.4 - Характеристика позитивно діючих кон'юнктуруючих факторів туристської індустрії

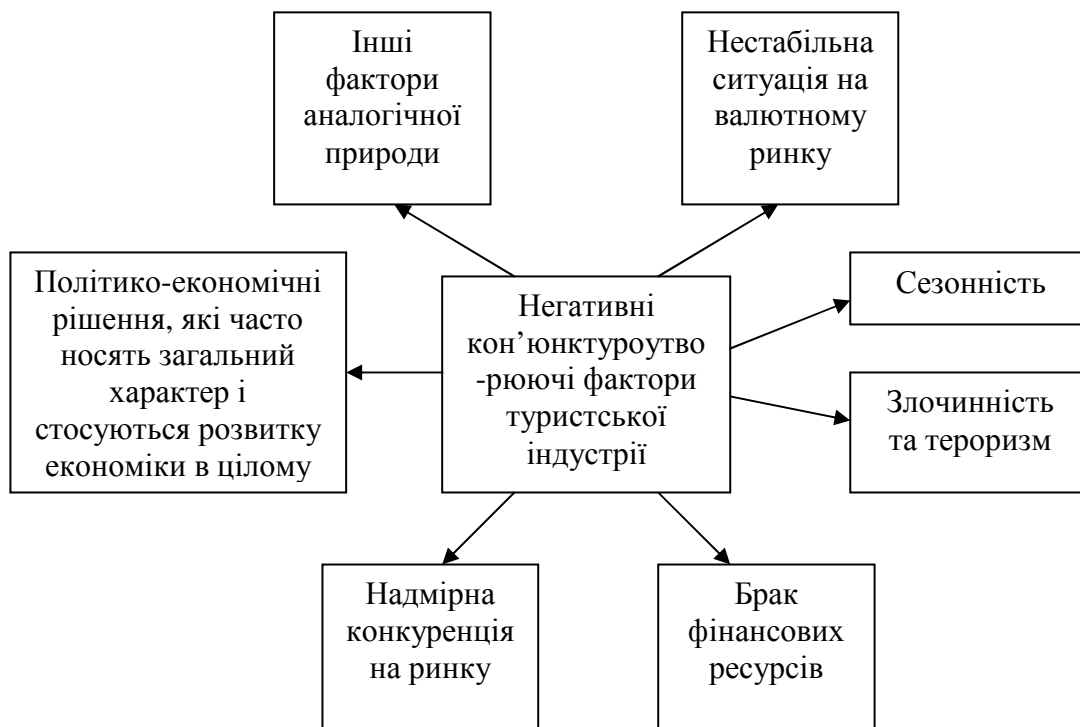


Рис. 4.5 - Характеристика негативно діючих кон'юнктуруючих факторів туристської індустрії

4.4. Дослідження структурних елементів ринку

Характеризуючи кон'юнктуру як економічну категорію необхідно розглядати, перш за все, такі основні характеристики як попит, пропозиція і ціна.

Не зважаючи на це, під час проведення кон'юнктурних досліджень також особливої уваги потрібно надавати неціновим факторам, оскільки вони формують важливе співвідношення між попитом та пропозицією, так як вплив цін на величину попиту чи пропозиції виражається завдяки таким постійним комбінаціям як «ціна – кількість товару». Але в той же час самі ціни змінюються не лише під впливом зміни величини попиту чи пропозиції, а також перебувають залежно від нецінових факторів, що формують зміни у попиті та пропозиції тих чи інших товарів.

Зважаючи на щойно сказане, необхідно пам'ятати під час аналізу та прогнозування кон'юнктури галузевого ринку, що об'єктом дослідження мають бути саме зміни попиту та пропозиції, які зумовлені впливом як цінових, так і нецінових кон'юктуроутворюючих факторів.

Під час проведення кон'юнктурного дослідження також необхідно звертати увагу на еластичність попиту та еластичність пропозиції. Крім того, під час проведення кон'юнктурного аналізу має бути досліджена залежність попиту на певний вид товару від ціни взаємодоповнювального товару.

Варто підкреслити, що розробка стратегій розвитку підприємств потребує дослідження динаміки ринкових цін на товари, що пояснюється тим, що ціна взаємопов'язує попит та пропозицію і є вартістю товару, яка виражається у грошових одиницях. Співвідношення попиту та пропозиції на ринку визначає динаміка цін, а встановлення тієї чи іншої ціни регулює і координує визначене співвідношення попиту та пропозиції. Це означає, що існує взаємозалежність між цими елементами, тобто основними структурними елементами кон'юнктури ринку є попит, пропозиція та їх динаміка, яка з часом породжує співвідношення ціни.

Ціна виступає як самостійна економічна одиниця і вона формується під впливом низки факторів. Виділяють чотири основних типи ринкового середовища, які контролюють процес ціноутворення:

- середовище, в якому ціна контролюється підприємством;
- середовище, в якому ціна контролюється групою підприємств;
- середовище, в якому ціна контролюється ринком;
- середовище, в якому ціна контролюється державою.

У той же час ціна, впливаючи на формування кон'юнктури, одночасно випробовує на собі її вплив та є результатом її розвитку. При цьому будь-який кон'юктуроутворюючий фактор здійснює безпосередній чи опосередкований вплив на ринкову ціну, оскільки прямо чи безпосередньо впливає на попит чи пропозицію товару. У такому сенсі всі кон'юктуроутворюючі фактори виступають одночасно ціноутворювальними факторами. Їхнє вивчення доцільно здійснювати додатково, виділяючи фактори формування цін і комплексно аналізуючи взаємодію факторів попиту та пропозиції з одночасним вивченням їх динаміки.

Важливим моментом є той факт, що при аналізі кон'юнктури необхідно розглядати сукупний попит та сукупну пропозицію.

Основною відмінністю дослідження сукупного попиту та сукупної пропозиції є вивчення не лише потреб населення тієї чи іншої країни у певному товарі, а й потреб інших країн, які потрібно задовольнити за рахунок придбання продукції, що вироблена у цій країні. Тобто, паралельно з цим необхідно додатково аналізувати експорт товарів.

При вивченні сукупної пропозиції як складової кон'юнктури, її можна представити через товари, які вироблені в країні, і ті, які імпортовано, тобто через зовнішню пропозицію.

Існує ряд факторів, що впливають на сукупний попит та сукупну пропозицію. Кон'юнктура ринку формується під впливом як власних кон'юктуроутворюючих факторів, так і факторів загальногосподарської кон'юнктури. Зважаючи на це, при формуванні стратегії розвитку кон'юнктури,

необхідно враховувати вплив факторів як на мікро-, так і на макрорівні.

Щодо кон'юнктури, то вона визначається факторами, які впливають на неї та взаємодіють між собою. Такі фактори прийнято називати кон'юктуроутворюючими. Поняття «фактор» походить від латинського слова, що означає «такий, що робить, такий, що виробляє», тобто те, що є рушійною силою будь-якого процесу та явища. Таким чином, кон'юктуроутворюючі фактори є рушійною силою розвитку кон'юнктури, і саме тому вони визначають стан справ на ринку.

Для розробки класифікації кон'юктуроутворюючих факторів, які відображають особливості об'єкта дослідження, необхідно проаналізувати різні підходи щодо їх систематизації. Оскільки, найчастіше кон'юктуру ідентифікують як співвідношення попиту і пропозиції, тому всі кон'юктуроутворюючі фактори залежно від їх взаємозв'язку з ринковими елементами, їх доцільно класифікувати на фактори попиту та фактори пропозиції.

Можна виділити такі ключові нецінові фактори, які мають вплив на попит:

- доходи покупців;
- чисельність покупців;
- ціни на взаємозамінні та взаємодоповнювальні товари;
- споживчі смаки, у тому числі об'єктивні смаки і мода;
- споживчі характеристики товарів;
- зміна споживчих властивостей товару;
- зміни, що відбуваються у навколишньому середовищі;
- споживчі сподівання тощо.

Необхідно підкреслити, що вибір факторів, які визначають стан попиту являє собою надзвичайно складне і в той же час творче завдання, де мають бути враховані наступні характеристики:

- споживчі очікування;
- експлуатаційні витрати;
- обмеженість можливостей отримання споживчого кредиту;

- розмір ліквідних активів;
- нагромаджений обсяг майна;
- впевненість у майбутньому;
- склад родини та її характеристика тощо.

Щодо пропозиції, то до складу факторів пропозиції, які мають принциповий вплив на кон'юнктуру підприємств, можна виділити наступні:

- ціни на ресурси (собівартість виробництва);
- технологія виробництва;
- число конкуруючих продавців на ринку;
- ціни на інші товари, які випускаються цим підприємством, тобто інші джерела прибутку;
- очікування зміни цін;
- умови продажу, включаючи маркетинг та рекламу;
- ціни на взаємозамінні та взаємодоповнювальні товари.

Існує дещо інший підхід щодо поділу кон'юнктурутворюючих факторів:

- фактори попиту;
- фактори пропозиції;
- кон'юнктурні фактори, до яких відносять рівень і співвідношення цін на товари, якість товарів, моду, рекламу тощо.

Прогнозуючи кон'юнктуру ринку, необхідно визначити, які фактори будуть враховуватися у конкретному дослідженні, а які – ні. В зв'язку з цим, всі фактори можна згрупувати на ті, дію яких необхідно врахувати, а також ті, чий вплив у певному випадку може бути неврахованим.

Безпосередньо з дослідження та прогнозування кон'юнктури впливає необхідність в управлінні факторами. Залежно від керованості факторів, їх можна розділити на такі групи:

- регульовані;
- частково регульовані;
- нерегульовані;
- випадкові.

Особливо важливе значення при вивченні та прогнозуванні кон'юнктури ринку має тривалість дії факторів та їх періодичність, що дає змогу передбачати, які з факторів чинитимуть вплив на кон'юнктуру в певний момент і тривалість дії, що дасть змогу при формуванні стратегії розвитку підприємства визначати час дії та важливість того чи іншого фактора.

При прогнозуванні кон'юнктури ринку необхідно враховувати вплив факторів усіх рівнів. Тобто, під час проведення кон'юнктурних досліджень необхідно розглядати сукупність зовнішніх (макрорівень) та внутрішніх (мікрорівень) факторів.

Важливе значення при проведенні кон'юнктурних досліджень відіграє характер інформації про процес, який вивчається. Таким чином, всі фактори згідно з характером інформації можна розглядати як носії кількісної інформації, а також фактори, що несуть якісну інформацію. Тобто, кон'юктуроутворюючі фактори розділяються на кількісні, які піддаються числовій оцінці, та якісні, які мають лише описовий характер.

Особливої уваги заслуговують основні принципи, що є необхідними для забезпечення оптимальних результатів для організації кон'юнктурного дослідження:

- цілеспрямованість;
- комплексність;
- системність;
- безперервність.

У теорії і на практиці ринкових досліджень розроблено чималу кількість методик проведення кон'юнктурних досліджень. Але варто зазначити, що більшість із цих методик має загальний характер і не відображає специфіку конкретних ринків, що позначається на якості проведеного дослідження. Аналіз різних поглядів щодо методики проведення кон'юнктурного дослідження дає змогу прийти до висновку, що вона повинна базуватися на трьох основних напрямках вивчення кон'юнктури:

1. Збір, обробка інформації, а також вибір та аналіз на її основі показників

кон'юнктури з подальшим визначенням його поточного стану.

2. Безпосереднє прогнозування стану кон'юнктури на найближче майбутнє, виходячи зі встановлених факторів впливу залежно від ступеня їх дії, тобто шляхом визначення функціональної залежності від кон'юктуроутворюючих факторів.

3. Використання результатів прогнозування для розробки стратегії розвитку підприємства (галузі), що дасть можливість запобігти негативним процесам на ринку.

Паралельно з цим існує точка зору, згідно якої вивчення кон'юнктури має відбуватися за наступною схемою:

- аналіз виробництва;
- аналіз попиту;
- аналіз пропозиції;
- аналіз цін, що передбачає.

Цікавим є наступний підхід до проведення кон'юнктурного аналізу, що включає такі етапи:

виділяються складові елементи, окремі оцінки, статистичні показники і будуються динамічні ряди за кожним показником, що дає можливість відобразити дію відповідного фактора в минулому, теперішньому і майбутньому часі на основі наявних оцінок і прогнозів;

визначаються значущість і рівень дії основних кон'юктуроутворюючих факторів за допомогою побудови динамічних рядів, що відображають зміни впливу кожного з факторів на кон'юктуру в минулому;

розглядаються всі фактори у їх взаємодії як єдине ціле для того, щоб визначити загальний результат дії і отже поведінку кон'юнктури, а також місце і роль кожного аналізованого фактора у формуванні її стану.

Таким чином, можна стверджувати, що одним із найважливіших завдань дослідження кон'юнктури є саме розробка методів її дослідження та прогнозування.

Вивчення кон'юнктури не повинно обмежуватися простим визначенням

основних показників, що характеризують стан досліджуваного ринку, оскільки вони не розкривають логічного зв'язку між досліджуваними показниками та чітко не відображають саму мету проведення кон'юнктурного дослідження.

Для організації кон'юнктурних досліджень важливо визначити цілі та результати, які необхідно отримати. Варто пам'ятати, що мета дослідження залежить від того, хто є безпосереднім користувачем кон'юнктурної інформації. Оскільки їх інтереси є різними, тому і характер даних, що аналізується є різним також.

4.5. Методика дослідження економічної кон'юнктури

Як вже було зазначено, одним із найважливіших завдань кон'юнктурних досліджень є виявлення основних тенденцій розвитку ринку. Щодо дослідження галузевої кон'юнктури, то її також потрібно проводити в певній послідовності. Для цього потрібно розробити методологічні засади тенденцій розвитку галузевого ринку. Але перед цим доцільно з'ясувати питання, пов'язані з трактуванням таких понять як «ринок» та «галузь».

Ринок являє собою базову економічну категорію, яка не має однозначного трактування. Це пояснюється тим, що поняття ринку залежить від мети дослідження. Найчастіше використовують такі тлумачення «ринку».

Ринок являє собою певний інститут чи механізм, який об'єднує разом покупців і продавців конкретного товару.

Ринок – це «сукупність окремих сегментів споживачів, які диференціюють споживчий попит і формуються в результаті комплексної взаємодії економічних, демографічних, соціальних та психологічних чинників».

Під ринком розуміють «форму організації економічних взаємозв'язків між економічними агентами щодо обміну різноманітних благ в результаті купівлі-продажу».

Ринок є механізмом взаємодії покупців як представників ринкового попиту і продавців, які представляють ринкову пропозицію.

Таким чином, можна зробити висновок, що ринок являє собою сферу прояву економічних відносин між виробниками і споживачами товарів, тобто ту економічну категорію, яка відображає ступінь розвитку обміну, стан та співвідношення попиту і пропозиції на товари в світовому, національному чи регіональному розрізі.

Під галуззю розуміють «сукупність підприємств, які виробляють близькі продукти, використовуючи близькі ресурси та близькі технології».

Важливо зазначити, що ринок не є синонімом галузі, бо товари, які виробляють в певній галузі можна охарактеризувати двояко: вони можуть бути як близькими заміниками, так і зовсім незалежними товарами. Тобто, в галузь поєднуються підприємства і в основі цього поєднання лежить характер технологій, які в них застосовуються. Ринок поєднаний потребою, яка має бути ним задоволена.

У межах галузі можна виділити підгалузі, які характеризуються виробництвом близьких товарів. Тому, чим більше спеціалізовані підприємства підгалузі, тим більш правомірним є ототожнення ринку та підгалузі. Таким чином, коли йдеться мова про галузевий ринок, то мають на увазі підприємства підгалузі, які поєднані випуском продукції, що може замінюватися; і, які одночасно конкурують між собою, щоб реалізувати свою продукцію.

Варто вказати, що галузевий ринок має певні особливості. Такими вважаються наступні. По-перше, багатоструктурність, оскільки ринку притаманне паралельне існування різних елементів та взаємодіючих сил. Це обумовлює необхідність в оцінці пропорційності розвитку ринку. По-друге, динамічність, бо всі характеристики ринку змінюються з часом. Крім того, вивчення та аналіз динамічних рядів – одне з найважливіших завдань досліджень ринку. По-третє, варіаційність. Це зв'язане з тим, що ринку притаманні коливання як випадкові, так і постійні. Наступні особливості – це циклічність, тобто повторюваність основних тенденцій розвитку через деякий час і притаманність ринку складних взаємозв'язків (необхідність постійного виявлення безлічі зовнішніх та внутрішніх зв'язків у сфері ринку).

Оскільки кон'юктурі притаманний діалектично суперечливий характер, то він породжує паралельне існування діаметрально протилежних тенденцій її розвитку. Тому, щоб не схибити при прогнозі подальших тенденцій розвитку, притаманних кон'юктурі, доцільно розробити методику вивчення кон'юкттури, що являє собою послідовність дій і сукупність конкретних прийомів дослідження, дозволяючих дати аналіз ситуації, що склалася на ринку і розробити прогноз найближчих перспектив розвитку кон'юкттури. Також необхідно в основу кон'юктурних досліджень покласти певні методологічні вимоги.

По-перше, кон'юктурні дослідження не можна проводити ізольовано без зв'язку і взаємозв'язку з загальногосподарською кон'юктурою, кон'юктурою в інших галузях чи товарних ринках, оскільки між усіма явищами, які обумовлюють розвиток кон'юкттури, існує зв'язок та взаємозв'язок.

По-друге, тенденції, які притаманні одним ринкам не можна автоматично, без додаткових досліджень, переносити на інші. Це також стосується перенесень тенденцій з загальногосподарської кон'юкттури на всі галузеві ринки і навпаки.

По-третє, необхідність постійного та безперервного спостереження за ринками та галузями, що обумовлена нестійкістю кон'юкттури, різкими кон'юктурними коливаннями.

По-четверте, дослідження кон'юкттури як загальногосподарської, так і галузевої чи товарних ринків має здійснюватися в певній послідовності.

Методика дослідження кон'юкттури – це послідовність дій і сукупність конкретних прийомів дослідження, які дозволяють дати аналіз сформованого становища на ринку й виробити прогноз найближчих перспектив його розвитку.

Методи вивчення кон'юкттури – конкретні прийоми порівняння моментів динаміки економічного процесу, які дозволяють оцінити напрямок та інтенсивність кон'юкттури.

На практиці таке дослідження повинно дати відповідь на питання: де, коли і за якими цінами можуть бути продані або куплені потрібні товари?

Перш ніж братися до вивчення кон'юнктури, необхідно формувати достатнє уявлення про якісні характеристики економічного процесу. Для реалізації цього необхідно дотримуватися таких вимог:

1) тенденції одного економічного процесу не слід механічно переносити на інші, а тенденції загальногосподарської кон'юнктури на галузеві або регіональні ринки;

2) нестійкість кон'юнктури вимагає постійного і безперервного спостереження за ринком;

3) виявлення динаміки економічної кон'юнктури (тренда) неможливе без створення інформаційної бази, яка описує досліджуваний економічний процес.

Методика вивчення економічної кон'юнктури містить такі види робіт:

- визначення об'єкта (вид ринку або його частини) дослідження;
- дослідження основних рис і особливостей ринку;
- визначення кола показників кон'юнктури;
- формування інформаційної бази аналізу кон'юнктури;
- визначення методів дослідження;
- аналіз результатів дослідження;
- визначення методів прогнозування кон'юнктури;
- складання кон'юнктурного прогнозу.

Перераховані види робіт вивчення економічної кон'юнктури розташовані в порядку етапності їхньої розробки.

Кон'юнктурні дослідження повинні здійснюватися в певній послідовності.

Прийнято виділяти такі стадії (етапи) вивчення економічної кон'юнктури:

1. Дослідження основних рис і особливостей ринку.
2. Розробка методики вивчення кон'юнктури.
3. Збір і нагромадження кон'юнктурної інформації.
4. Аналіз кон'юнктури.
5. Прогноз кон'юнктури.

На першій стадії визначають особливості досліджуваного ринку, дають йому якісні характеристики, встановлюють коло економічних показників, що

характеризують ринок. Особливості ринку характеризують якісні відмінності в динаміці однотипних економічних процесів.

Джерелами інформації для первинної стадії слугують:

- монографії;
- спеціальні статті в періодичній пресі;
- довідники й навчальні посібники з економічної кон'юнктури, економіки галузей і окремих видів ринків.

Друга стадія охоплює методику вивчення кон'юнктури ринку:

- визначення видів і типів економічної кон'юнктури;
- визначення методів дослідження динаміки економічного процесу;
- виявлення основних тенденцій розвитку ринку;
- оцінку потенціалу й основних пропорцій ринку;
- економічну інтерпретацію динаміки економічного процесу – якісну оцінку економічної кон'юнктури.

Визначення типу й виду економічної кон'юнктури необхідне внаслідок розбіжностей застосування кон'юнктурутворюючих показників і різних підходів інтерпретації тенденції динамічних коливань економічного процесу. Наприклад, для оцінки динаміки загальногосподарської кон'юнктури застосовуються одні об'ємні агрегатні показники (національне багатство, ВВП, ВВП), а для оцінки динаміки простої спеціальної кон'юнктури застосовують агрегатні показники темпів випуску продукції й прибутку підприємств.

Залежно від виду економічної кон'юнктури й завдань кон'юнктурного дослідження застосовують різні методи кон'юнктурних спостережень, причому їхнє застосування залежить від поставленого завдання аналізу кон'юнктури конкретного виду ринку. Кожне із завдань може вирішуватися самостійно. Як вже було зазначено, основними завданнями дослідження ринкової кон'юнктури є:

- виявлення основних тенденцій розвитку ринку, його коливання, сезонності й циклічності;
- виявлення поведінки суб'єктів, які діють на ринку;
- оцінка й аналіз потенціалу і основних пропорцій ринку.

Саме з цих позицій проводиться аналіз ринкової кон'юнктури й побудова його методики.

Особливе місце в кон'юнктурних дослідженнях займає інтерпретація кількісних характеристик динамічних процесів, тобто побудова теорії кон'юнктури динамічного процесу. Це найважливіший і найважчий момент дослідження. Як правило, інтерпретація проводиться на основі накопиченого досвіду й формально-логічних висновків експертів.

Джерелами інформації з другої стадії досліджень кон'юнктури є спеціальні монографії, посібники та періодична література, що присвячені методам економічного аналізу динамічних процесів, які містять у собі також деякі розділи математичної статистики, економіко-статистичні методи прогнозування, загальну й економічну статистику, загальноекономічні методи аналізу й т. д.

Третя стадія вивчення кон'юнктури закладає якісні характеристики аналізу. Від повноти й вірогідності інформації залежить правильність інтерпретації спрямованості економічної кон'юнктури.

Ця стадія містить у собі:

- формування структури інформаційної бази даних;
- методику збору інформації;
- періодичність збору інформації;
- методику обробки інформації.

Джерелами інформації на цій стадії кон'юнктурної роботи слугують:

- статистичні видання;
- публікації вітчизняної і зарубіжної періодики, які містять елементи кон'юнктурних спостережень;
- спеціальні довідкові видання за окремими видами ринків і видання організованих ринків;
- комп'ютерні кон'юнктурні огляди спеціалізованих фірм;
- мережна комп'ютерна інформація про кон'юнктуру організованих ринків (товарних і фондових бірж).

На четвертій стадії дослідження кон'юнктури розраховують за обраною методикою статистичні характеристики і на основі того або іншого методу аналізу робиться інтерпретація спрямованості кон'юнктури.

Остання стадія вивчення кон'юнктури полягає в її прогнозі на той або інший період у майбутньому.

Характерною рисою методики дослідження кон'юнктури є те, що кон'юнктурний прогноз складається не більше, ніж на 1-1,5 роки. Таким чином, розроблення середньо- та довгострокових прогнозів не входить в завдання кон'юнктурних досліджень, а можна віднести до прогнозування довгострокових тенденцій розвитку ринку або економіки. Серед показників стану та прогнозу кон'юнктури чималу роль відіграють випадкові, стихійні та часові чинники. Зважаючи на щойно сказане, потрібно розрізняти кон'юнктурні дослідження від досліджень довгострокових тенденцій економічного розвитку, оскільки залежно від того, що є об'єктом дослідження, мають розбіжності в методиці дослідження, в системі показників та їхньому значенні при аналізі й подальшому прогнозі.

Основними частинами комплексного прогнозу кон'юнктури можна назвати прогноз виробництва, прогноз споживання та прогноз динаміки цін.

Наступним методологічним компонентом можна вказати те, що здійснюючи кон'юнктурні дослідження, обов'язково мають розроблятися довгострокові прогнози певної галузі економіки й економіки в цілому.

Обов'язково має бути вказаний період часу, який взято для аналізу і на який буде складено прогноз, оскільки залежно від періоду має накопичуватися інформація, яка необхідна не лише для визначення з колом показників, але й зі ступенем деталізації інформації з кожного вибраного показника, а і деталізації аналізу та подальшого прогнозу.

Потрібно завжди мати на увазі, що в зв'язку з появою нових чинників, нових тенденцій і закономірностей, тобто зміни значимості кон'юнктурутворюючих чинників, відбувається старіння методики кон'юнктурного аналізу і прогнозу. Тому, доцільно регулярно удосконалювати

і переглядати методику дослідження кон'юнктури й системи показників, які б відображали як якісні, так і кількісні зміни в економіці.

Враховуючи особливості ринку і сформульовані методологічні положення, виділено основні напрямки його дослідження, які зазначені на рис. 4.6.



Рис. 4.6 - Запропонована модель дослідження ринку для подальшого його удосконалення

4.6. Оцінка стратегій розвитку кон'юнктури ринку

Перш за все, необхідно зазначити, що нині існуючі методи та підходи, які стосуються формування стратегії розвитку підприємств, спираючись на прогнозування кон'юнктури ринку, мають занадто загальний характер, так як не враховують особливості та специфіку конкретного ринку. Через це знижується точність та достовірність розроблених стратегій і запропонованих

прогнозів, оскільки оцінка поточного стану кон'юнктури та встановлення латентних факторів, які притаманні аналізованому ринку було здійснено неточно. Крім того, достатньо складно прогнозувати кон'юнктуру ринку та розробляти точний і достовірний прогноз на перспективу, визначати сприятливі напрямки його розвитку з застосуванням традиційно вживаних методів аналізу та прогнозування. В зв'язку з цим, виникає гостра і нагальна потреба проаналізувати, узагальнити та уточнити методику оцінки кон'юнктури ринку.

Як вже було показано, кон'юнктура ринку формується під одночасним впливом чималої кількості факторів. Всі ці фактори можна розділити на дві групи:

- фактори безпосереднього, тобто прямого впливу;
- фактори непрямого, опосередкованого впливу через групу інших факторів.

Кон'юнктуру ринку можна охарактеризувати за допомогою як натуральних показників, так і з використанням цінових, тобто вартісних характеристик, які складаються на ринку і формуються під впливом різних умов. Особливого впливу завдають на ринок зовнішні, тобто макроекономічні фактори, що найбільш впливає на співвідношення попиту та пропозиції. В зв'язку з цим, ряд вчених пропонує виділити в дві самостійні групи ціноутворювальні та макроекономічні, тобто загальні кон'юнктурутворюючі фактори (рис. 4.7).

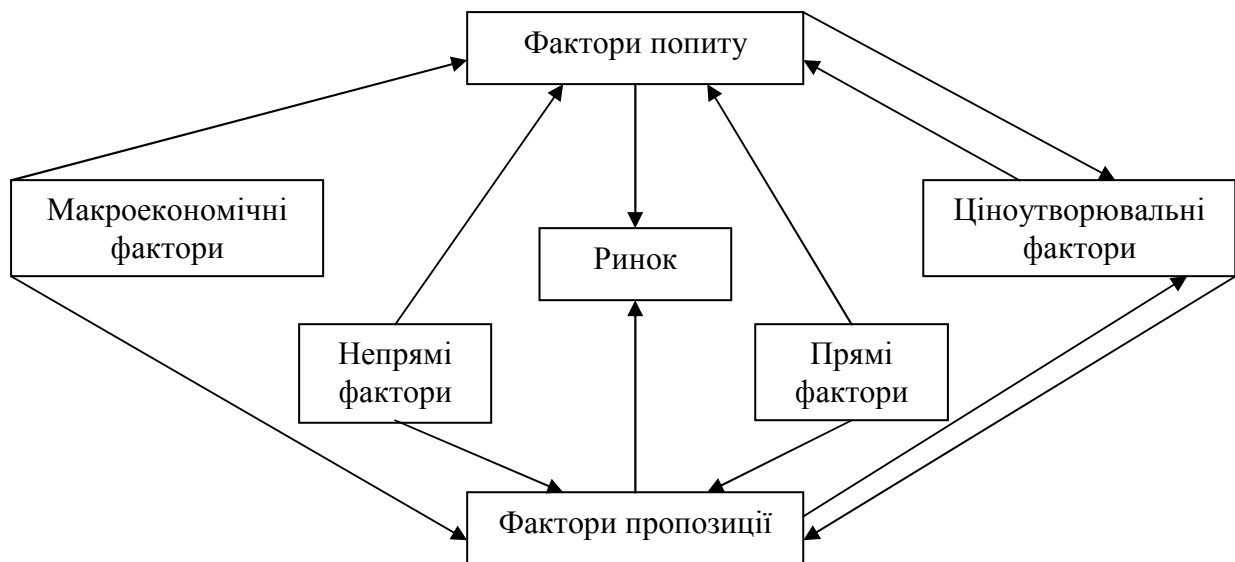


Рис. 4.7 - Загальна факторна модель ринку

Непрямим фактором попиту, який впливає на обсяг виробництва, є потреба населення у товарах, що автоматично враховує дію декількох факторів, оскільки рівень споживання визначається, враховуючи чисельність населення, його споживацькі смаки та переваги, традиції, культуру, складові регіональної структури споживання.

Щодо прямих, безпосередньовпливаючих факторів на попит, то ними є ціни, рівноманітність асортименту товарів, їх якість, ціна складових елементів тощо.

Паралельно з факторами попиту на кон'юнктуру ринку впливають фактори пропозиції, основними з-поміж яких є: фінансовий стан виробників, виробнича потужність підприємств, забезпеченість ресурсами, наявність на ринку конкурентів, їх економічний, матеріально-технічний стан, географічне розташування і збутова політика.

Невід'ємним елементом кон'юнктури є ціна, яка безпосередньо впливає на існуючі співвідношення на ринку, зокрема співвідношення попиту і пропозиції. До основних ціноутворювальних факторів можна віднести витрати виробництва, ціни на ресурси, ціни на інші складові товарів, витрати на транспортування, канали збуту, темпи інфляції та ін.

Щодо факторів макроекономічного впливу, то при аналізі їхнього загального впливу на кон'юнктуру необхідно враховувати експортно-імпортні операції, оскільки вони є фактором непрямої дії на ринок.

Іншим важливим зовнішнім фактором є державна політика та урядові заходи, у тому числі дотації, пільгові кредити, індексація цін, підтримка різних видів економічної діяльності.

Таким чином, з урахуванням впливу основних кон'юктуроутворюючих факторів можна запропонувати основні методи оцінки, прогнозування кон'юнктури ринку та розробки стратегій розвитку ринку. Так, методика дослідження кон'юнктури ринку буде складатися з двох ключових блоків:

1. Оцінка кон'юнктури, тобто виявлення та розробка показників аналізу та оцінювання кон'юнктури ринку.

2. Прогнозування кон'юнктури та розробка стратегій розвитку підприємств на основі одержаної прогнозовної інформації.

Необхідно більш детально ознайомитися з кожним із зазначених блоків.

Оцінку кон'юнктури, тобто перший блок, схематично можна розкласти на такі основні етапи:

1. Аналіз масштабу і типу ринку.
2. Аналіз тенденцій розвитку ринку та його стійкості.

У свою чергу, аналіз масштабу і типології ринку передбачають такі кроки:

- дослідження концентрації ринку;
- дослідження рівня економічної безпеки підприємств;
- розробка стратегії поведінки підприємств, що надасть можливість визначити становище кожного підприємства на галузевому ринку та його місце;
- розробка конкурентної карти ринку підприємств галузі, що допоможе розробити точний і достовірний прогноз кон'юнктури ринку.

Аналіз тенденцій розвитку ринку і його стійкості передбачає виконання таких кроків:

- визначення загальної величини попиту і пропозиції, аналіз основних

виробників на ринку, що передбачає сегментацію виробників за обсягами випуску, аналіз асортименту за видами товарів і спеціалізацією виробника, а також оцінка якості, товарів, що реалізуються;

- проведення розрахунку та аналізу місткості ринку;
- розробка карти оцінки кон'юнктури;
- складання балансу попиту і пропозиції на ринку;
- визначення стійкості ринку;
- визначення основних умов розвитку ринку;
- оцінка загального стану кон'юнктури.

З метою оцінки поточного стану кон'юнктури ринку, зокрема співвідношення його основних елементів, потрібно порівняти між собою його фактичні обсяги попиту і пропозиції. В результаті такого порівняння можливими варіантами, які склалися на ринку, є наступні:

- якщо величина попиту перевищує величину пропозиції, то кон'юнктура для виробників є сприятливою (попит/пропозиція >1);
- якщо величина попиту є меншою за пропозицію, то кон'юнктура є несприятливою (попит/пропозиція <1);
- якщо попит дорівнює пропозиції, то кон'юнктура вважається стійкою або рівноважною (попит/пропозиція $= 1$);

якщо на ринку відсутнім є або попит, або пропозиція через зміну очікуваних ринкових цін, то кон'юнктура є вичікувальною або нестійкою (попит/пропозиція $= 0$).

Таким чином, аналіз кон'юнктури здійснюється з використанням показників, які відібрано у ході дослідження поточної кон'юнктури, а також виявлених тенденцій динаміки розвитку в майбутньому.

Після того, як пройдено всі етапи першого блоку дослідження кон'юнктури ринку, переходять до другого – прогнозування кон'юнктури ринку, розробка стратегій розвитку підприємств галузі, основною метою якого є визначення найімовірніших оцінок стану кон'юнктури, а також розробка стратегій розвитку кон'юнктури, зокрема, визначення тенденцій розвитку

кон'юктуроутворюючих факторів, які матимуть вплив на ринок у майбутньому.

Другий блок дослідження кон'юктури схематично можна представити у вигляді таких трьох етапів:

1. Прогнозування попиту і пропозиції на ринку. Цей етап передбачає:
побудову трендових моделей попиту і пропозиції галузевого ринку;
вибір виду моделі тренду;
прогнозування попиту і пропозиції.
2. Стратегічні сценарії розвитку кон'юктури галузевого ринку, зокрема, побудова сценаріїв розвитку кон'юктури за умов:
 - стабільного розвитку існуючої ситуації;
 - несприятливого розвитку ситуації на ринку;
 - сприятливого розвитку ситуації.
3. Вибір стратегії розвитку для підприємств галузі ринку в цілому.

Оскільки прогноз завжди являє собою ймовірний результат, то принципово важливим моментом є максимально можливе якісне проведення попередніх етапів і кроків.

Схематично процедуру прогнозування можна представити наступним чином (рис. 4.8).

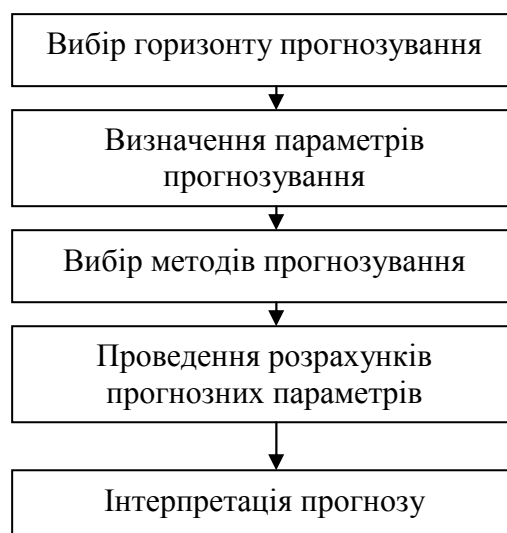


Рис. 4.8 - Процедура прогнозування кон'юктури ринку

Перший крок – вибір горизонту прогнозування кон'юнктури ринку передбачає різні часові періоди і відноситься до ключових етапів прогнозування.

Другим етапом є визначення параметрів прогнозування, на якому встановлюється оцінюваний сегмент ринку та показники кон'юнктури.

При проведенні прогнозування кон'юнктури ринку бажано застосовувати систему основних фундаментальних методів прогнозування, яка надана на рис. 4.9. Коротка характеристика системи методів прогнозування кон'юнктури ринку.

Метод прогнозування «зверху - вниз» обумовлює здійснення прогнозних розрахунків у напрямі від загального до часткового. Під час прогнозування оцінюється можлива зміна параметрів загальноекономічного розвитку галузі (ринку), а потім прогнозуються параметри окремих елементів конкретних ринків в цілому чи його учасників та надаються рекомендації відповідно до побудованої системи розвитку. Базою кожного наступного етапу прогнозування є результати прогнозних розрахунків на попередній стадії. Цей метод є найбільш фундаментальним, але й найбільш трудомістким.

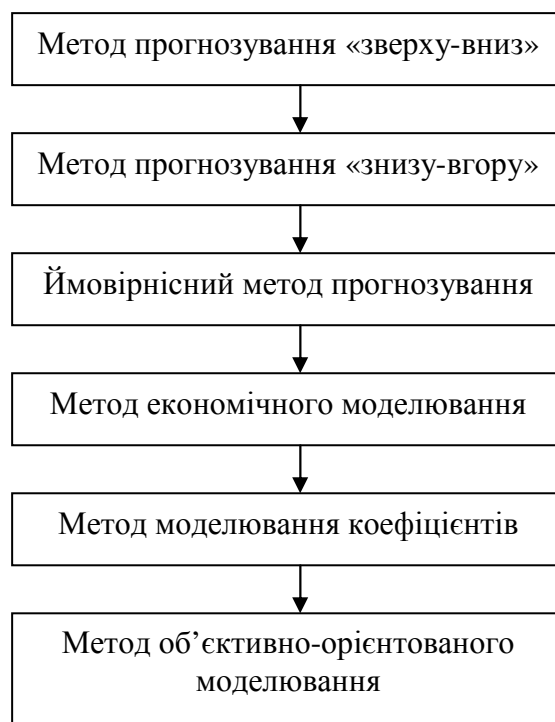


Рис. 4.9 - Система методів прогнозування кон'юнктури ринку

Метод прогнозування «знизу - вгору». Характеризує здійснення прогнозних розрахунків у зворотному напрямі, тобто спочатку прогнозується розвиток конкретного суб'єкта ринку, далі галузі та країни в цілому. Кількість рівнів прогнозування визначає сам дослідник – аналітик, виходячи з тих завдань, які стоять перед ним. Основним недоліком методу є некоректність прогнозних показників для більш високих рівнів, тому на практиці цей метод використовують разом із методом «зверху - вниз».

Імовірнісний метод прогнозування використовують за умов відсутності вихідної інформації, яка характеризує динаміку макроекономічних факторів. У цьому разі прогнозування окремих показників кон'юнктури має багатоваріантний характер у діапазоні від оптимістичної до песимістичної оцінки можливого розвитку окремих факторних показників. Цей метод фундаментального аналізу дає можливість визначити діапазон коливань окремих показників у рамках прогнозного діапазону та обирати найбільш ймовірний варіант.

Метод економічного моделювання прогнозних показників кон'юнктури, який заснований на побудові економетричних, економіко-математичних та економіко-статистичних моделей, в основному, багатфакторних. У цьому випадку на першому етапі досліджується вплив окремих факторів, потім вони ранжуються, обираються найбільш вагомі та на їх основі будується багатфакторна модель.

Метод моделювання коефіцієнтів використовують, в основному, для прогнозування показників розвитку окремих учасників ринку. Система таких коефіцієнтів дає можливість оцінити рентабельність, фінансову стійкість, платоспроможність та інші сторони діяльності окремих підприємств.

Метод об'єктивно-орієнтованого моделювання (метод побудови електронних таблиць) заснований на розподілі окремих прогнозних інтегральних показників на декілька окремих показників із використанням електронних таблиць. Цей метод дає можливість здійснити багатоваріантні прогнози розвитку як учасників ринку, так і економіки в цілому.

Необхідно зазначити, що наведена вище класифікація методів прогнозування кон'юнктури ринку є достатньо умовною, оскільки насправді їх існує набагато більше, крім того, методи можуть взаємодіяти між собою і переплітатись.

На останньому етапі прогнозування здійснюється інтерпретація одержаних результатів, а також дається оцінка достовірності прогнозу. Завжди потрібно пам'ятати, що чим більшим є горизонт прогнозування, тим його достовірність є меншою.

На останок хотілося б доповнити, що основними показниками, які використовуються при створенні та реалізації стратегії розвитку кон'юнктури ринку, є чисельність населення та обсяг попиту. Щодо величини попиту, то вона формується під впливом ряду факторів, ключові серед яких можна відібрати з використанням методу експертних оцінок. Крім того, як вже зазначалося, кон'юнктура оцінюється співвідношенням попиту і пропозиції, а тому для прогнозування її стану необхідно також передбачити обсяг пропозиції, який найчастіше визначається, орієнтуючись на обсяг ринкового попиту.

4.7. Методи аналізу основних тенденцій кон'юнктури ринку

Основною метою аналізу ринкової кон'юнктури є вивчення тенденцій розвитку ринку. На практиці крива кон'юнктури може бути побудована лише на основі динамічних рядів показників – індикаторів ринку. Для оцінки динаміки кон'юнктури використовують статистичні методи аналізу часових рядів та індексний метод. При дослідженні кон'юнктури прийнято дотримуватись такої послідовності:

- 1) розраховуються показники динаміки рівнів ряду (ланцюгові, базисні темпи росту і приросту);
- 2) будуються графіки рівнів аналізованого показника і показників його динаміки;

3) за допомогою того чи іншого методу дається оцінка кривої кон'юнктури;

4) робиться інтерпретація основної тенденції та функції кон'юнктури;

5) розраховуються показники коливання і циклічності кон'юнктури.

Після розрахунку показників динаміки побудова графіків дає певні уявлення про форму тренда кон'юнктури. Однак для нестійкої кон'юнктури графіки динаміки можуть не виявити стійкої тенденції. Виявити стійку тенденцію в таких умовах можна, вжившись до спеціальних статистичних методів згладжування. Метод технічного вирівнювання, коли на графіку візуально проводиться крива, яка відображає, на думку дослідника, тенденцію розвитку. Метод механічного згладжування полягає в розрахунку і побудові змінних та більш рівневих середніх, які відображають тенденцію або циклічність розвитку. Методи аналітичного вирівнювання полягають у побудові статистичних моделей тренда на основі того чи іншого припущення. Одним із таких методів є метод найменших квадратів. Побудована з його допомогою теоретична крива кон'юнктури дає можливість розрахувати показники коливання і циклічності кон'юнктури. Проте у ряді випадків виявлення циклічності вимагає застосування особливих методів. Послідовність їхнього застосування така: відбираються ринкові показники, які проявляють найбільші коливання, будуються їхні динамічні ряди за досить тривалий період. У кожному з них виключається тренд, який відображає єдину тенденцію до росту або зниження, а також сезонні коливання. Залишкові ряди, які, по суті, повинні відображати кон'юнктурні або чисто випадкові коливання, стандартизуються, тобто приводяться до єдиного знаменника, що забезпечує їхню порівнянність. Потім установлюється синхронність і взаємозв'язок показників шляхом розрахунку коефіцієнтів кореляції. Багатомірність зв'язку забезпечується розбивкою показників на однорідні кластерні групи. Нанесені на графік кластерні оцінки повинні виявити лаг фаз кон'юнктурних циклів. Багатомірну модель циклічності загальногосподарської кон'юнктури прийнято називати економічним барометром.

При аналізі досить представницького динамічного ряду паралельно повинні вирішуватися питання вилучення основного тренда, циклічності середньої довжини, сезонності і залишкових (випадкових) коливань.

Одним із надійних способів виявлення основної тенденції розвитку є побудова трендової моделі. Під трендом розуміють графічне чи математичне відображення закономірностей розвитку в динаміці, тобто виявлення основної тенденції зміни явища, яке вивчається і аналізується.

Сутність даного методу полягає в тому, що зміна явища, яке вивчається, розглядається як функція часу:

$$Y_t = U_t + V_t + S_t + \xi_t;$$

$$Y_t = U_t \times V_t \times S_t \times \xi_t;$$

$$Y_t = U_t \times V_t \times S_t + \xi_t,$$

де Y_t – рівні часового ряду;

U_t - трендовий компонент;

V_t – циклічний компонент;

S_t – сезонний компонент;

ξ_t – випадковий компонент;

t – час.

На основі цих складових будують адитивні та мультиплікативні моделі. Адитивна модель буде отримана, якщо часовий ряд зобразити у вигляді суми відповідних складових компонентів або ж мультиплікативну модель – коли компоненти перемножити.

Останню модель іноді ще називають моделлю змішаного типу. Залежно від мети кон'юнктурного дослідження обирають ту чи іншу модель. Іноді при виборі моделі використовують певні правила, зокрема: якщо абсолютні відхилення фактичних значень рівнів ряду від тренду підпорядковують нормальному закону розподілу, то зв'язок між компонентами – адитивний, а якщо відносні відхилення – то мультиплікативний. Якщо вивчаються сезонні коливання одного часового ряду, то зручно і доцільно використовувати абсолютні відхилення, а коли проводять аналіз сезонних коливань рядів, рівні яких виміряні різними

одиницями вимірювання, то краще скористатися відносними відхиленнями.

Для розрахунку параметрів трендових моделей використовують стандартні комп'ютерні програми.

Найбільш вживаними трендовими моделями є такі:

- степенева $y_t = at^b$;
- показова $y_t = ab^t$;
- парабола 2-го порядку $y_t = a+bt+ct^2$;
- напівлогарифмічна $y_t = b \log t$;
- лінійна $y_t = a+bt$;
- гіпербола $y_t = a + \frac{b}{c}$;
- логістична $y_t = \frac{a}{1+bc^{-cx}}$;
- Гомперця $\lg y_t = \lg a + bc$.

Оскільки ринок піддається впливу стихійних, непередбачуваних чинників, тому, як наслідок його параметри коливаються, тобто відхиляються від лінії нормального розвитку. Розрізняють динамічні коливання - коливання в часі, та просторові коливання - коливання по території. При просторових коливаннях параметри будуть відхилятися від середнього рівня стану ринку, при динамічних – від основної тенденції розвитку. Можна зробити висновок, що чим менший розмах коливань, тим стійкіший ринок і, звичайно набагато точніші оцінки і прогнози щодо його подальшого розвитку. Так як стійкість розвитку ринку виявляється в характері відхилень фактичних рівнів розвитку від тренду, то є можливість оцінити стійкість розвитку ринку за допомогою коефіцієнта апроксимації, який обчислюють за наступною формулою:

$$K_a = \frac{\sigma_{y_i - \bar{y}_t}}{\bar{y}} \times 100\%,$$

де \bar{y} - середній рівень ряду;

$\sigma_{y_i - \bar{y}_t}$ - середньоквадратичне відхилення емпіричних рівнів ряду

динаміки від тренду;

y_i - i -й рівень динамічного ряду;

y_t - тренд.

При аналізі коливання показників ринку в статистиці, зокрема в географічному чи економічному просторі, використовують коефіцієнт варіації, який визначають за такою формулою:

$$V = \frac{\sigma}{\bar{y}} \times 100\%,$$

де σ - середньоквадратичне відхилення;

\bar{y} - середнє значення параметра.

Проводячи кон'юнктурний аналіз, потрібно враховувати, що кон'юнктурна ситуація обумовлена дією протилежних тенденцій. Тобто, кінцевий результат є співвідношенням як негативних, так і позитивних кон'юнктурутворюючих чинників. Це по-перше. По-друге, необхідно побудувати динамічні ряди, які відповідали б за певний чинник, показник кон'юнктури. Це пов'язано з тим, що кожен кон'юнктурний показник мусить мати ряд динаміки, за допомогою якого можна було б оцінити кон'юнктурутворюючий чинник як у минулому, так і сьогодні та в результаті виявлених тенденцій та закономірностей скласти прогноз. По-третє, потрібно розглянути, порівняти і скомбінувати чинники задля того, щоб визначитися зі значенням розглянутих чинників у процесі утворення кон'юнктури за період, який аналізують. Важливо відмітити, що при аналізі загальногосподарської кон'юнктури першочергове значення мають постійно діючі чинники, як циклічні, так і нециклічні. Чинники тимчасового впливу носять лише другорядне значення і не спричиняють значного впливу на розвиток такої кон'юнктури. Проте, при дослідженні галузевої кон'юнктури, чинники тимчасового впливу мають чимале значення, а іноді відіграють і вирішальну роль при формуванні кон'юнктури.

Тому, при виробленні системи показників галузевої, регіональної чи товарної кон'юнктури, потрібно до її складу включати значну кількість показників тимчасових чинників. Незважаючи на це, потрібно враховувати те, що чинники, як постійно діючі, так і тимчасові, одночасно впливають на

розвиток кон'юнктури. В одному випадку вони послаблюють один одного, а в іншому – доповнюють та посилюють. Кінцевим результатом аналізу, та основним завданням кон'юнктурних досліджень, є спроба побудувати модель ринкових взаємозв'язків та спрогнозувати ринкову ситуацію, тобто скласти прогноз кон'юнктури на задану перспективу. Точність та достовірність прогнозу розвитку кон'юнктури залежить, перш за все, від якості проведеного аналізу. Потрібно враховувати, що кон'юнктура ніколи не повторюється абсолютно точно, оскільки основні кон'юктуроутворюючі чинники змінюються в силі свого впливу, напрямку, складі і цим самим щоразу вносять специфіку в розвиток кон'юнктури.

Одночасно багато чинників вкрай важко відобразити в конкретних показниках, тому є необхідність використовувати оцінки, висновки спеціалістів з певного питання.

Контрольні запитання для самодіагностики:

1. Характеристика методологічних та методичних засад кон'юнктурних досліджень.
2. Порівняльний аналіз особливості дослідження кон'юнктури різних видів ринків.
3. Визначення кон'юктуроутворюючих факторів як один із етапів кон'юнктурного дослідження галузевого ринку.
4. У чому полягає різниця між методологією, методикою та методом дослідження?
5. Яка особливість лежить в основі розробки методики дослідження кон'юнктури ринку?
6. Методологічні вимоги, які мають бути покладені в основу проведення кон'юнктурних досліджень галузевого ринку.
7. Етапи проведення кон'юнктурних досліджень галузевого ринку.
8. Розробка моделі дослідження ринку туристської індустрії для подальшого його удосконалення.

ТЕМА 5. ХАРАКТЕРИСТИКА КОН'ЮНКТУРНИХ ПОКАЗНИКІВ

5.1. Основні вимоги до використання економічних показників у кон'юнктурному аналізі.

5.1.1. Система показників кон'юнктури ринку.

5.2. Характеристика макроекономічних та мікроекономічних показників кон'юнктури.

5.3. Класифікація показників ринкової кон'юнктури.

5.4. Завдання аналізу динаміки та коливальності ринку.

5.5. Аналіз динаміки та стійкості розвитку ринку.

5.1. Основні вимоги до використання економічних показників у кон'юнктурному аналізі

Вивчення кон'юнктури здійснюють за допомогою комплексу економічних показників, які дозволяють, по-перше, дати кількісну характеристику тим якісним змінам, що відбуваються в процесі відтворення й характеризують сформовану ситуацію на ринку, по-друге, визначити значимість, напрямки й тенденції розвитку кон'юнктури, тобто скласти прогноз. Значення цих показників для характеристики стану й перспектив розвитку кон'юнктури не рівнозначне.

При використанні окремих показників необхідно мати на увазі, що частина їх дає пряму кількісну оцінку сформованої на ринку ситуації й безпосередньо відображує ті або інші кон'юнктурні зміни, що відбуваються, а стан і рух іншої може бути використаний як непряме свідчення процесів, які відбуваються на ринку, або складних тенденцій, тобто є лише непрямими індикаторами. До числа останніх належать дані й відомості щодо конкурентної боротьби на досліджуваному ринку та її тенденції, міжнародний поділ праці, розвиток спеціалізації і науково-технічне співробітництво, рівень монополізації і т.д.

У ряді випадків через обмеженість або відсутність прямих даних непрямі показники набувають особливо великого значення. Так, унаслідок недостатності інформації щодо динаміки цін на устаткування про них іноді доводиться міркувати за показниками, які характеризують можливі зміни окремих елементів витрат виробництва.

До системи кон'юнктурних показників необхідно відбирати дані, які найбільш правильно і оперативно відображають основні зміни, напрямки й темпи розвитку процесу відтворення і якомога менше піддані впливу випадків. Наприклад, при вивченні загальногосподарської кон'юнктури важливим критерієм змін, що відбуваються, можуть бути дані про промислове виробництво – як у цілому, так і за окремі галузі. Природно, при виборі галузей має враховуватися їхнє значення і питома вага в загальному промисловому виробництві.

Як загальне зауваження слід зазначити, що економічні показники, які зустрічаються в різних джерелах інформації, найчастіше відносять до категорії високоагрегованих і звичайно свідчать про загальні тенденції (в галузі попиту, виробництва, експорту, імпорту та цін), що характерні для даної товарної групи в цілому.

Для характеристики стану загальногосподарської кон'юнктури окремих країн або кон'юнктури конкретних товарних ринків, поряд із загальними даними щодо зміни у виробництві і споживанні, необхідно мати додаткові, менш агреговані частковими показниками, що відносяться безпосередньо до аналізованого виду продукції, за допомогою яких можна виявити відхилення й особливості розвитку цих окремих процесів. Не виключено, що ці показники будуть свідчити про інші, часто протилежні в порівнянні з тенденціями, що характерні для цілої товарної групи.

При цьому система кон'юнктурних показників повинна містити такі показники, які характеризують як процес відтворення в цілому, так і особливості окремих фаз циклу.

5.1.1. Система показників кон'юнктури ринку

Кон'юнктуру будь-якого ринку вивчають за допомогою системи економічних показників, які дають кількісну характеристику якісним змінам та дозволяють скласти прогноз. До системи показників, які характеризують кон'юнктуру, слід включати ті показники, які адекватно та оперативно відображають основні напрямки, зміни, тенденції та темпи розвитку кон'юнктури ринку та найменше знаходяться під впливом випадкових, неконтрольованих та важкопередбачуваних чинників. Система кон'юнктурних показників повинна бути складена таким чином, щоб мати змогу аналізувати як загальні процеси, так і виявляти особливості розвитку окремих процесів, тобто поряд із загальними даними, мають бути менш агреговані показники.

Розробляючи систему показників кон'юнктури ринку, можна зіткнутися з дилемою, оскільки, з одного боку, для кращого, детального, адекватного аналізу стану справ та виявлення кон'юктуроутворюючих чинників та основних тенденцій розвитку потрібно скористатися якомога більшою кількістю показників. Але з іншого боку, кількість показників має бути в розумних межах, бо за короткий період часу практично неможливо підібрати надзвичайно об'ємний інформаційний матеріал, який би адекватно відображав кон'юнктурну ситуацію; систематизувати його, проаналізувати та виявити тенденції й скласти необхідний прогноз.

Перш за все, це пов'язано з тим, що за надмірної кількості кон'юнктурних показників, неможливо одночасно всі їх проаналізувати, тобто, коли доведені до ладу останні показники – перші можуть змінитись і вже не відповідати дійсності, а тому їх прийдеться доповнювати, уточнювати, щоб не звести нанівець всю проведену роботу.

Таким чином, ми маємо з чималої кількості показників відібрати найголовніші, які б якнайкраще відображали вплив кон'юктуроутворюючих чинників, тобто саме ті показники та чинники, які впливають та формують поточну кон'юнктуру на найближчий час.

Іноді вплив того чи іншого чинника неможливо оцінити кількісно, а тому крім кількісних оцінок, потрібно використовувати якісні показники у вигляді експертних оцінок та висновків щодо ролі та значення певного чинника, явища в процесі розвитку певного ринку, галузі, регіону.

Розробляючи систему показників кон'юнктури, потрібно, перш за все, визначитися що є об'єктом дослідження: чи це загальногосподарська кон'юнктура, чи регіональна або ж галузева. Крім того, коло показників кон'юнктури ринку та інші питання, що пов'язані з аналізом, залежать від мети та завдань, які постають перед проведенням кон'юнктурного дослідження.

При виробленні системи показників кон'юнктури, потрібно зважати на те, що вона має сприяти вирішенню кількох задач, зокрема:

- вивченню порівняльної показової сили окремих даних кон'юнктури;
- дослідженню послідовності у часі, яка притаманна певним показникам кон'юнктури, оскільки деякі з них ідуть один за одним; а також послідовності їхнього руху та знаходження (при можливості) інтервалів між цими показниками;

аналізу загальних показників кон'юнктури: так званих єдиних показників чи тотальних індексів, які необхідні для діагностики та економічних барометрів – для прогностичних цілей.

Не всі показники прямо та безпосередньо характеризують та відображають певні кон'юнктурні зміни. Деякі з них можуть характеризувати кон'юнктурні процеси лише в якості непрямих індикаторів. Це обумовлене відсутністю або обмеженою кількістю прямих даних, що необхідні для повного, детального аналізу.

Оскільки розвиток кон'юнктури різних ринків може бути охарактеризований як нерівномірний, а то - і з діаметрально протилежним рухом, тому одні й ті ж показники, навіть, при одночасних подіях, але на різних ринках, ймовірно, що будуть характеризувати протилежні тенденції.

Однією із спільних особливостей усіх показників кон'юнктури має бути їхня властивість змінюватися в залежності від руху господарства із однієї фази

циклу в іншу. На основі результатів дослідження зміни показників кон'юнктури, які мали місце під час руху циклів, можна робити висновок не лише про зміни, які вже мали місце, але й використовувати деякі з цих показників для прогнозування кон'юнктури.

Потрібно зупинитись на показниках, які необхідні для діагностики кон'юнктури. Щодо показників, які необхідні для аналізу кон'юнктури, то існує дві точки зору. Прихильники першої точки зору вважають, що для загального аналізу кон'юнктури достатньо використовувати один чи декілька окремих показників. Сутність їхньої методики зводиться до того, що вони відбирають деякі показники, які більш-менш вдало репрезентують кон'юнктуру всього народногосподарського механізму. Ж. Лескюр та І. Фішер такими показниками вважали «загальний рівень товарних цін». Семен Анісімович Фалькнер мав аналогічну точну зору: «Напрямок руху загального рівня цін є, безумовно, найважливішим показником кон'юнктури товарного господарства». Цю думку продовжує В. М. Штейн, який зазначав, що «...хребтом руху кон'юнктури є зрушення цін, які призводять до різноманітних дій на всі сторони господарського життя. Тому рух цін і виявляється основною причиною економічного розвитку».

Є також і інші погляди на цю проблему. Зокрема, таким основним показником, який чуйно реагує на загальні коливання господарської кон'юнктури називають зміну безробіття, рух облікового відсотка та ряд інших (К. Жюглар, Мор).

Використовувати індекс цін як основний показник кон'юнктури неправомірно, особливо в умовах інфляції. Таку позицію можна підтвердити словами Л. Боулі «...коли рух цін обумовлюється політикою, яка контролює грошовий обіг, неможливо припустити, щоб ціни мали таке ж значення для оцінки кон'юнктури, як...коли гроші здавались чимось визначеним». Звичайно ж, це не означає, що його не потрібно використовувати як один із основних показників, який характеризував би кон'юнктуру.

Щодо прихильників другої точки зору, то вони вважають, що не можна

використовувати один чи декілька показників для аналізу кон'юнктури, а пропонують скористатися комплексом показників, які можна звести в єдиний показник (Л. Марч, Веніні, Монтара).

Перш ніж розглянути єдиний показник, варто зазначити, що він являє собою середню геометричну із даних щодо послідовних кількісних змін окремих показників кон'юнктури. Це можна пояснити тим, що середня геометрична є незалежною від початкової бази, що дає змогу спостерігати за динамікою кон'юнктури за будь-який короткий проміжок часу. Середня геометрична, на відміну від середньої арифметичної, менш залежна від крайніх відхилень, а тому і дає кращі результати. Крім того, лише за допомогою ланцюгового методу можна прослідкувати за поточними змінами рівня кон'юнктури, оскільки є можливість безпосередньо порівняти показники за короткий період часу, усунувши вплив початкової бази, яка є випадковою та вже не придатна для динаміки економіки останніх періодів. Таким чином, лише використовуючи ланцюговий метод, можна виявити загальну тенденцію ринку. Як зазначав С. О. Первушин «....тотальний індекс, як єдиний показник кон'юнктури, тим точніше відображає тенденцію останньої, чим коротший період, за який він обчислений».

Вимогами, які висувають при побудові тотального індексу є наступні. По-перше, до даного індексу має бути включена значна кількість показників. По-друге, відібрані показники мусять мати якомога більшу відносну незалежність, тобто до індексу мають увійти різноманітні показники. По-третє, показники мають мати репрезентативний характер для кожної групи явищ.

Таким чином, єдиний показник має дати аналіз коливань кон'юнктури в минулому та бути приблизним показником-орієнтиром загального напрямку кон'юнктури.

Тотальний індекс, побудований С. О. Первушиним складається з 9 основних груп, до яких увійшов 41 показник, а саме:

I. Товарні ціни – загальний рівень цін як оптових, так і роздрібних.

II. Виробництво (промисловість). Ця група складається з 11 показників.

III. Сільське господарство, (3 показники).

IV. Торгівля, (6 показників).

V. Транспорт, (5 показників).

VI. Ринок грошей (грошовий обіг та кредит). До групи увійшли 5 показників.

VII. Ринок капіталу, (4 показники).

VIII. Ринок праці, (3 показники).

IX. Фінанси, (3 показники).

Слід зазначити, що неодноразово робилися спроби побудувати єдиний індекс для характеристики розвитку кон'юнктури. Але жоден з них не в змозі відобразити дійсного масштабу кон'юнктури, а лише дає загальну уяву про хід кон'юнктури. Це можна пояснити тим, що при побудові цих індексів довільно беруть показники, що характеризують як сферу виробництва, так і сферу споживання, крім того, навряд чи доцільно вважати всі показники, які увійшли до індексу рівнозначними. Жоден з індексів не може дати адекватну характеристику економічних циклів. Це пов'язане з тим, що економічні цикли поєднують чимало циклічних коливань економічних процесів, які мають різну амплітуду, а також не співпадають у часі. Тому, такі комплексні явища просто неможливо точно відобразити за допомогою якогось одного показника.

В. Репке вважав, що надійність кон'юнктурного показника тим вища, чим менше піддається він іншим впливам, аніж кон'юнктури як такої; крім того, більше на нього впливає сам рух кон'юнктури.

Згідно з точкою зору П. М. Левшина, при вивченні кон'юнктури, ціни відіграють одну з найбільш вагомих ролей, оскільки вони постають в якості акумулюючого кон'юнктурного показника. Тобто, при аналізі змін цін, одночасно просліджуються зміни інших показників кон'юнктури. Якщо ж брати до уваги практичне значення, то ціни – найважливіший показник. Щодо інших показників – то вони відіграють другорядну, так звану допоміжну роль.

5.2. Характеристика макроекономічних та мікроекономічних показників кон'юнктури

Макроекономічні показники умовно поділяють на три групи: потокові, запасів та економічної кон'юнктури. Класифікація основних макроекономічних показників зображена на рис. 5.1.

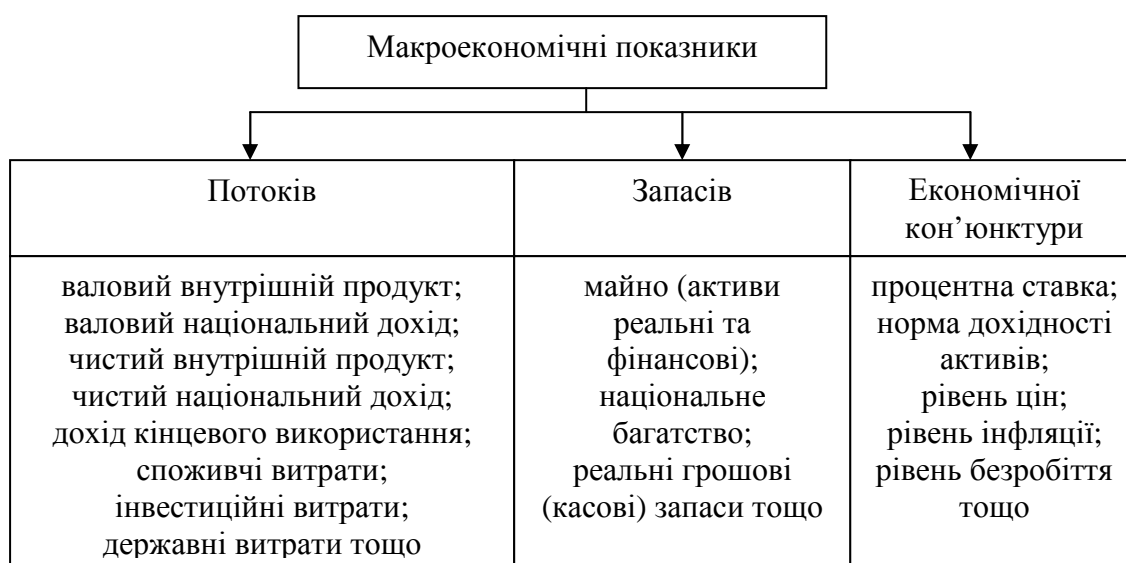


Рис. 5.1 - Класифікація ключових макроекономічних показників

Потокові показники відображають передачу цінностей одними суб'єктами економічної діяльності іншим. Вони вимірюються за певний проміжок часу (між двома часовими точками).

Показники запасів – це економічні змінні, які відображають нагромадження та використання цінностей економічними суб'єктами. Вони визначаються на певну дату.

Показники економічної кон'юнктури – це змінні, пов'язані з коливанням ділової активності.

Загальноекономічна кон'юнктура являє собою сукупність ознак, що характеризують стан економіки країни в певний період, а також її напрями і ступінь зміни в порівнянні з попереднім періодом.

Класичною формою прояву кон'юнктури є співвідношення попиту та пропозиції, а також динаміка цін. Сукупний попит прирівнюється до попиту на споживчі та інвестиційні товари, а сукупна пропозиція відповідає національному продукту.

В залежності від рівня досліджень економіку країни в цілому, окремий галузевий чи товарний ринок – можна виділити в загальноекономічну кон'юнктуру, кон'юнктуру галузевого ринку та кон'юнктуру товарного ринку. Зважаючи на індикатори кон'юнктури економіки, які характеризують їхні параметри для загальноекономічної кон'юнктури чи галузевої або товарної кон'юнктури, розрізняють макроекономічні та мікроекономічні характеристики (табл. 5.1).

Таблиця 5.1 - Індикатори кон'юнктури економіки

Параметри кон'юнктури	
Макроекономічні	Мікроекономічні
Валовий внутрішній продукт	Показники виробництва певного виду продукції
Валовий національний продукт	Показники будівництва нових потужностей
Індекси виробництва за галузями	Обсяги реалізації товарів
Дані про стан ринку праці	Обсяги відвантаження товарів
Дані про капітальні вкладення	Обсяги споживання товарів
Дані про рівень цін	Обсяг капіталів
Внутрішній товарообіг	Динаміка цін
Зовнішній товарообіг	
Грошовий обіг	
Обіг капіталів (грошова маса, курси валют, відсоток)	
Динаміка матеріального добробуту	
Динаміка споживчих витрат	
Динаміка рівня податків	
Динаміка рівня заборгованості	

5.3. Класифікація показників ринкової кон'юнктури

Більшість основних економічних показників сфери (процесу) відтворення й дослідження кон'юнктури можна звести в групи, що характеризують ті або інші сторони (особливості) стану й прояву ринкової кон'юнктури.

1. Стабільність, циклічність і динаміка розвитку ринку:

- середні показники кон'юнктури;
- показники варіації кон'юнктури;
- показники форми кон'юнктурної хвилі;
- показники динаміки кон'юнктури (темпи росту й параметри тренда, функції тренда);

- параметри моделей сезонності та циклічності розвитку.

2. Ринкова пропозиція:

- обсяг, структура й динаміка пропозиції;
- функціональні можливості пропозиції;
- еластичність пропозиції.

3. Ринковий попит:

- обсяг, структура й динаміка пропозиції;
- показники сегментації та диференціації попиту;
- функціональні можливості попиту (місткість ринку);
- еластичність попиту.

4. Пропорційність ринку:

- показники співвідношення попиту та пропозиції (обсяги й ціна рівноваги);
- структури ринку (показники виробництва основних виробників, структура споживання, структура товарообігу і т.д.);
- розподіл ринку між основними виробниками, торговельними посередниками і торгівлею;
- територіальна структура ринку;
- співвідношення з іншими ринками;

- показники масштабу ринку, рівень монополізації і конкуренції.

5. Ділова активність і комерційний ризик:

- обсяг, число, частота й динаміка угод;
- індекси ділової активності, макроекономічні показники та індекси економічного барометра;

- показники виробничих (торговельних) можливостей пропозиції;

- показники збутових можливостей пропозиції (портфель замовлень, його склад, заповнювання і динаміка);

- рівень комерційного ризику (інвестиційний ризик, ризик прийняття рішень, ризик кон'юктурних коливань, непередбачений ризик).

5. Масштаб ринку.

6. Регіональні особливості ринку.

Основним завданням вивчення кон'юнктури ринку є визначення характеру й ступеня збалансованості, насамперед, співвідношення між попитом та пропозицією. Суть дії ринкового механізму виявляється у намаганнях попиту й пропозиції зрівноважитись. Однак цей процес, маючи стохастичний характер, відбувається під постійним впливом великої кількості суперечливих чинників, що зумовлює наявність постійних коливань та відхилень від основної тенденції ринку.

Пропозиція товарів і послуг досліджується в цілому та у розрізі окремих товарів, виробників, торгових посередників і регіонів.

Основними показниками є:

- обсяг, структура й динаміка пропозиції;
- сировинний та виробничий потенціал пропозиції;
- еластичність пропозиції.

Пропорційність ринку залежить як від попиту, так і від пропозиції. Її основними показниками є:

- співвідношення попиту й пропозиції;
- співвідношення ринків засобів виробництва, товарів і послуг;
- структура товарообігу;

- питома вага ринку між виробниками, оптовими та роздрібними продавцями;
- структура продавців за формами власності; структура покупців; регіональна структура.

Пропорційність ринку характеризують також за допомогою балансового методу, відносних величин структури й координації індексів, середніх квадратичних та лінійних відхилень, коефіцієнтів еластичності.

Впливають на пропорційність ринку такі чинники, як:

- тенденція розвитку ринку;
- стійкість і циклічність ринку;
- регіональні особливості ринку;
- ділова активність партнерів; комерційний ризик;
- масштаб ринку тощо.

Тенденцію розвитку ринку досліджують за допомогою таких показників: темпи зростання, параметри трендів реалізації, цін, товарних запасів, інвестицій і прибутку.

Стійкість і циклічність ринку вивчають за такими показниками: коефіцієнтами варіації продажу, цін і товарних запасів у часі й просторі; параметрами моделей сезонності й циклічності розвитку ринку.

Регіональні особливості стану і розвитку ринку простежують за такими показниками:

- регіональною варіацією співвідношення попиту й пропозиції;
- рівнем попиту в розрахунку на душу населення;
- динамікою основних параметрів розвитку ринку.

До основних показників ділової активності відносять: портфель замовлень, його склад, заповненість і динаміку; кількість, розмір, частоту і динаміку угод; ступінь завантаження виробничих і торгових потужностей.

Основними показниками комерційного або ринкового ризику є: інвестиційний ризик, ризик прийняття маркетингових рішень і ризик випадкових ринкових коливань.

Масштаб ринку залежить від рівня монополізації та конкуренції.

Його основними показниками виступають: кількість фірм на ринку кожного товару, їх розподіл за формами власності та за спеціалізацією; загальний обсяг реалізації товарів і послуг; рівень приватизації; питома вага малих, середніх і великих фірм у загальному обсязі ринку.

Особливістю більшості показників кон'юнктури ринку є використання їх як параметрів статистичних моделей, які відображають тенденції й циклічність розвитку ринку.

Багато показників кон'юнктури ринку відображають не статичне явище, а динамічний або варіаційний процес, інші показники характеризують структуру й структурні зрушення в кон'юктурі ринку.

Кон'юнктурні характеристики тенденції можуть бути отримані лише в результаті відповідної обробки трендових моделей.

Такий основний і об'ємний показник, як попит безпосередньо не вимірюють, а піддають лише непрямій оцінці. Характеристику іншого об'ємного показника масштабу ринку доповнюють такими частковими показниками як обсяг реалізації, кількість договорів, кількість продавців і покупців.

Кон'юнктура ринку є складним комплексом взаємозв'язків і взаємозумовлень. Для її оцінки використовують показник еластичності попиту й пропозиції, який виражає дію відповідних ринкових законів.

Оскільки ринок - явище динамічне, то його розвиток у часі відображає система показників рядів динаміки та їх аналіз. Способами виявлення тенденції розвитку ринку є трендові моделі, графічні методи тощо.

Ринку властиві прояви стихійності, що веде до диспропорції, різної інтенсивності і виявляється через коливання певних параметрів ринку. Статистичне коливання характеризують різні показники варіації. Ступінь стійкості розвитку ринку в часі характеризує відхилення фактичних рівнів від тренду і вимірюють коефіцієнтом апроксимації.

Розвитку ринку властива циклічність різної тривалості й послідовності. У межах одного року - це, як правило, сезонні коливання, інтенсивність яких визначають через коефіцієнти варіації. Сезонну хвилю, її характер і силу для різних товарів і послуг оцінюють та моделюють за допомогою різних статистичних способів (простої середньої, методом Персонса, плинної середньої, аналітичного вирівнювання, рядами Фур'є).

Ринкова ситуація на мікро- і макрорівнях відображається показниками ділової активності, які дають змогу градуювати стан ринку. На макрорівні застосовують такі важливі показники, як стан і поведінку цін, наявність і рух товарної маси (товарообіг, товарні запаси), а також низку показників ринків цінних паперів, інвестицій, праці тощо. Для аналізу ринкової економіки в цілому використовують статистичні індекси показників, що входять до складної прогнозної моделі ринку, яку називають економічним барометром. На мікрорівні до показників ділової активності відносять кількість, обсяг і характеристику укладених контрактів на закупівлю та продаж товарів і послуг, повноту завантаженості і зайнятості персоналу, прибутковість кожного замовлення і всієї сукупності замовлень.

Важливою складовою системи показників кон'юнктури ринку є оцінка рівня монополізації та конкуренції. Вона об'єднує такі показники, як кількість і розмір підприємств і фірм, їх частку на ринку та розподіл за відповідними показниками.

Для сучасного ринку велике значення має характеристика процесів приватизації, демонополізації та роздержавлення економіки України.

Статистика використовує низку специфічних методів кон'юнктурного аналізу, який ґрунтується переважно на неякісних та атрибутивних оцінках ринкової ситуації. Як правило, всі вони визначаються експертним способом, і на цій основі формуються висновки щодо стану і типу ринку. Наприклад, сприятлива кон'юнктура (збалансований ринок, стабільний або зростаючий товарообіг, рівновага цін) або, навпаки, нестабільна кон'юнктура (диспропорція ринку, відсутній або слабкий попит, різке коливання цін, зростання товарних

запасів тощо). Однак, першоосновою якісних оцінок завжди є кількісна характеристика основних ринкових процесів. Кількісні оцінки дають з допомогою експертного моделювання або візуальної оцінки цифрового матеріалу. Такі оцінки часто мають певну невизначеність і розпливчатість межі, але вони досить оперативні й недорогі.

Як інструменти вимірювання та оцінки кон'юнктури ринку використовують кон'юнктурні індикатори, до яких відносять ціни, товарні запаси, показники ділової активності, досвід і думки спеціалістів та ін. Залежно від поставленої мети аналізу та особливостей розвитку ринку ці показники можуть бути абсолютними, відносними й середніми величинами.

Ринок можна оцінювати за набором і зіставленням між собою в різних комбінаціях індексів ділової активності. Наприклад, якщо кількість контрактів зросла, а обсяг реалізації не збільшився, це свідчить про те, що ринок не поживавився, а лише додалися малозначні фірми. Зростання обсягу товарних запасів в умовах інфляції та дефіциту вказує на наближення кризи збуту в результаті зниження попиту під дією зростання цін.

Обчислення індексів ділової активності та побудова моделей вимагають значних витрат часу на збирання і оброблення матеріалів та інтерпретації розрахунків.

Близькі за змістом якісні оцінки ринкової ситуації оперативно виводять на кон'юнктурних нарадах експертів, де висловлюють і обґрунтовують думки, надаються оцінки, зближуються позиції, виробляється єдина точка зору. Як оцінки ринкової ситуації виступають антитези: є попит - немає попиту; попит зростає - попит спадає; стан ринку стабільний - стан ринку нестабільний; торгівля йде жваво - торгівля йде в'яло. Або надаються атрибутивні оцінки, наприклад, щодо ступеня розвитку: ризик незначний; ризик допустимий; ризик середній; ризик високий; ризик надмірно високий.

Висновки кон'юнктурних нарад учасники часто підкріплюють цифровими даними та розрахунками типу моніторинг, результатами опитувань і іншою статистичною та маркетинговою інформацією. На кон'юнктурних

нарадах обговорюють також причини відхилень та розробляють заходи для їх ліквідації.

Стан ринку значною мірою залежить від його потенційних можливостей. Пропозиція товарів та послуг і попит на них являють собою форми функціонування потенціалу ринку. Потенціалом ринку називають прогнозовану сукупність виробничих та споживчих сил, що зумовлюють попит і пропозицію.

Виробничий потенціал - це можливість виробити і подати на ринок відповідний обсяг товарів і послуг.

Споживчий потенціал - це можливість купити певну кількість товарів і послуг.

Оцінка та аналіз виробничого потенціалу цікавлять покупця, а оцінка і аналіз споживчого потенціалу - продавця.

Метою оцінки потенціалу ринку є характеристика ринкових можливостей на макро- і мікрорівнях окремих фірм.

Оцінка загального потенціалу ринку потрібна кожній фірмі для аналізу власних можливостей з метою орієнтації на свою участь у розподілі чи завоюванні ринку.

Споживчий потенціал ринку характеризує його місткість. Місткість ринку - це кількість товарів, які спроможні поглинути ринок за певних умов у відповідний проміжок часу.

Цей показник визначають за допомогою багатофакторних прогнозних моделей або через побудову мультиплікативно-адитивних моделей.

Пропорційністю розвитку ринку називають оптимальне співвідношення між різними елементами ринку для його нормального поступального розвитку. Будь-які диспропорції та деформації окремих складових частин ринку ведуть до кризових форм розвитку, ускладнюють і викривлюють ринкові відносини, роблять ринок недостатньо ефективним.

Вивчення макро- і мікропропорцій ринку є важливим та актуальним завданням ринкової кон'юнктури. Характеризують також тенденції змін у

пропорціях, аналізують структурні зрушення й регіональні відмінності пропорцій ринку.

Для дослідження пропорційності ринку використовують: балансовий метод, відносні величини структури та координації, індекси, коефіцієнти еластичності і бета-коефіцієнти багатофакторних моделей.

Емпіричні та теоретичні коефіцієнти еластичності встановлюють пропорційність виявлених залежностей. Вони показують відсоткову зміну результативної ознаки у разі збільшення факторної ознаки на один відсоток. Бета-коефіцієнти, що розраховані за параметрами багатофакторного рівняння регресії, виявляють силу впливу окремих структурних чинників.

Для вивчення пропорції ринку широко використовують графічний метод, а саме - стовпчикові та секторні діаграми.

Аналіз пропорційності розвитку ринку здійснюють як у статичі, так і в динаміці, широко використовуючи при цьому індексний метод дослідження.

Компаративний індекс (порівняльний) дозволяє порівнювати динамічні пропорції. Він являє собою відношення індексів двох явищ або частин досліджуваної сукупності. За своєю суттю компаративний індекс є одним із варіантів розрахунку коефіцієнтів випередження (наприклад, відношення індексу роздрібного товарообігу до індексу грошових доходів населення).

Важливим показником пропорційності ринку товарів і послуг є співвідношення попиту та пропозиції. Воно відображає дію закону ринку, визначає характер розвитку основних категорій ринку, його соціальну та економічну ефективність.

Ще одним важливим показником пропорційності ринку є співвідношення засобів виробництва та засобів споживання, яке може визначатися і в статичі, і в динаміці. Тут також розраховують компаративний індекс, який відображає зміни пропорцій.

Однією із найсуттєвіших характеристик стану споживчого ринку є оцінка та аналіз співвідношення товарної маси і маси послуг, галузевої та товарної структури товарообігу.

Для поглибленого аналізу і виявлення причин, під впливом яких формуються конкретні пропорції ринку, здійснюють порівняльну характеристику інвестицій і т. д.

Однак центральним моментом аналізу та оцінки кон'юнктури ринку є вивчення тенденції і особливостей його розвитку та стійкості, його динамічного процесу.

Масштаб ринку залежить від обсягу продажу товарів, кількості та розміру фірм, які його продають. Це можуть бути як виробники, так і торгові посередники.

Ринковий попит та пропозиція на товари та послуги аналізуються як в цілому, так і за окремими продуктами чи послугами, у розрізі покупців, виробників чи посередників; регіонів. До основних показників попиту можна віднести наступні: обсяг, структуру, динаміку, еластичність, сегментацію та диференціацію попиту.

Основними показниками пропозиції є: обсяг, структура, еластичність, динаміка. В залежності від рівня попиту та пропозиції складається певна пропорційність ринку, яку характеризує: співвідношення попиту та пропозиції, структура споживання, структура товарообігу, структура основних виробників, посередників, територіальна структура, співвідношення з іншими ринками.

Оцінити місткість ринку неможливо без такої його важливої характеристики як потенціал ринку. Потенціал ринку визначає можливості пропозиції товару та попиту споживачів, тобто він дає змогу оцінити кількість товару, яку можна поставити на ринок, а також кількість товару, яка може бути продана чи спожита за певних умов. Потенціал ринку складається з виробничого та споживчого потенціалу.

Попит споживачів – інша важлива категорія, що виражає обсяг товарів, які бажають і можуть придбати споживачі, тобто попит споживачів – це необхідність, яка забезпечена грошима.

Основними чинниками, які впливають на рівень попиту споживачів, є наступні:

- соціально – економічні (прибуток, ціни, інфляція, зайнятість);
- демографічні;
- географічні та кліматичні;
- національні особливості;
- психологічні, політичні;
- випадкові чинники.

Регіональні особливості ринку піддаються аналізу за допомогою показників варіації співвідношення попиту та пропозиції в регіонах, динаміки основних характеристик розвитку ринку, рівень попиту, інших параметрів на душу населення.

Стійкість і динаміку розвитку ринку характеризують середні та відносні показники, показники варіації, темпи росту, трендові моделі.

Основними показниками ділової активності й комерційного ризику виступають: розмір, частота й динаміка угод, портфель замовлень, його склад, наповненість, динаміка, індекси ділової активності, рівень завантаження виробничих і торгових потужностей; інвестиційний, непередбачений ризик, ризик випадкових кон'юнктурних коливань.

Підсумовуючи зазначене раніше, потрібно вказати на те, що основною метою вивчення кон'юнктури ринку є вивчення закономірностей її формування, зміни основних притаманних їй тенденцій, а також характер дії ринкового механізму. В зв'язку з цим, приступаючи до аналізу ринкової кон'юнктури, необхідно звертати увагу на характер і ступінь збалансованості ринку, тобто розпочати цей аналіз з детального вивчення попиту й пропозиції. Відомо, що сутність дії ринкового механізму зводиться до намагання попиту й пропозиції зрівноважитись. Але цей процес постійно знаходиться під впливом багатьох чинників, які суперечать один одному. Це призводить до постійних коливань і відхилень від основної тенденції розвитку ринку. Тому, аналізуючи можливі диспропорції, які виникають між попитом і пропозицією, можна

виявити, попередити і вжити певних заходів у зв'язку зі зміною ринкової ситуації, тобто кон'юнктури.

Пропонована система, звичайно, охоплює основні найбільш застосовувані показники, які можуть бути використані під час аналізу найважливіших змін, що відбулись за досліджувальний період, і необхідна при визначенні перспективи розвитку й моментів перелому кон'юнктури, тобто для складання прогнозу її зміни.

Звертає на себе увагу та обставина, що багато важливих з наведених показників відображають не статичні явища, а динамічні або варіаційні процеси, інші – характеризують структуру явища, співвідношення та їхні зрушення. Деякі кон'юнктурні характеристики, зокрема тенденції та їхня стабільність, можуть бути отримані тільки в результаті відповідної обробки трендових моделей. Один з основних об'ємних показників – попит, є не реальною, безпосередньо вимірюваною величиною, а потенціалом, і тому доступний лише для непрямих оцінок. Характеристика іншого об'ємного показника, масштабу ринку, є набором показників: обсягу продажу, числа угод, чисельності продавців чи покупців тощо. Оскільки ж кон'юнктура – складний комплекс взаємозв'язків і взаємовпливів, слід вважати виправданим важливе місце, яке у системі показників приділяють еластичності попиту та пропозиції, що виражає дію відповідних ринкових законів.

Однією з особливостей усіх кон'юнктурних показників є їхня зміна при переході ринкового господарства з однієї фази циклу в іншу. Таким чином, вивчивши зміни показників кон'юнктури в ході циклу, одержуємо можливість на їхній підставі судити не тільки щодо зрушення, що відбулись, а й робити висновки про імовірнісні зміни в майбутньому.

Слід також зазначити, що вивчення кон'юнктури необхідно проводити на основі аналізу всього комплексу змін, і чим більше показників залучається, тим вірніше і точніше можна визначити сформовану на даний момент кон'юнктурну ситуацію та перспективу подальших змін і розвитку.

5.4. Завдання аналізу динаміки та коливальності ринку

Щодо ключового завдання дослідження ринкової динаміки, то таким вважають побудову динамічних рядів, які відображають процес зміни ринку та його складових елементів, а саме: обсягу, структури та рівня розвитку, завдяки чому виникає можливість графічного зображення динаміки ринку, а також формуються початкові дані для аналізу основних параметрів ринку для кожного моменту часу.

Розрахунок та оцінка темпів росту також відносяться до ключових завдань аналізу динаміки ринку. Так, оцінка та аналіз швидкості й інтенсивності розвитку ринку в часі відображають показниками динаміки, одним із важливих серед яких є саме темп росту. Окрім відносних показників динаміки ринку важливою задачею кон'юктурного аналізу є розрахунок та інтерпретація абсолютного приросту обсягу та рівня ринкової діяльності.

Особливе місце в кон'юктурних дослідженнях динаміки відводять розрахунку та аналізу індексів ринку. Це пояснюють тим, що індексний метод дозволяє вирішити ряд важливих завдань, які стоять перед аналізом динаміки ринку. Такими принципово важливими завданнями є наступні:

- оцінка вектора та швидкості розвитку ринку;
- відображення якісних, кількісних і цінових компонент динаміки ринку;
- виявлення та характеристика значення факторів зовнішнього й внутрішнього середовища в динаміці ринку;
- відображення ролі регіонів у формуванні процесу загальної зміни ситуації;
- виявлення та оцінка асортиментних та структурних зрушень у динаміці ринку.

До важливих завдань аналізу динаміки ринкових процесів відносять проблему їхньої диференціації. Темп росту розвитку ринку та його абсолютний приріст можна пояснити набором факторів та розкласти їх на складові, з-поміж

яких найчастіше вживаними є кількісний та якісний (найчастіше, ціна) фактори.

Підсумовуючи сказане, необхідно зазначити, що метою аналізу динаміки ринку є не лише оцінка тенденції ринку та ситуації, що вже склалися, оскільки кон'юнктура й кон'юнктурні дослідження потребують науково обґрунтоване передбачення подальшого розвитку, тобто мають потребу в прогнозах розвитку ринку. А, як відомо, прогнозування ринку являє собою уявлення про те, яким чином в наступному періоді може розвиватися ринок, а також перенесення темпів та пропорцій ринку, які вже склалися, на майбутній період.

Окрім того, основні завдання вивчення динаміки ринку пов'язані також із оцінкою та дослідженням процесів стійкості та коливальності ринку, оскільки є потреба знати та розуміти як розвивається ринок – рівномірно, плавно чи з певними коливаннями, - а також оцінити розмах та сили цих коливань, їх напрямок та інтенсивність.

5.5. Показники аналізу динаміки та стійкості розвитку ринку

Одним із важливих елементів кон'юнктурного аналізу є вивчення динаміки досліджуваного явища чи процесу, його вектора та швидкості зміни. Відомо, що ринок являє собою динамічне явище, оскільки він постійно змінюється, крім того, необхідно усвідомлювати, що ринок розвивається як у часі, так і в просторі.

Таким чином, необхідно з'ясувати сутність такого ключового поняття як «динаміка ринку», яка являє собою процес зміни у часі обсягу, структури та рівня продажу товарів, рентабельності, частки ринку тощо. Динамічні тенденції, а також закономірності розвитку ринку являють собою принципово важливі характеристики кон'юнктури ринку. Дослідження динаміки ринку в цілому, складових елементів та етапів такого процесу, а також факторів, які формують і обумовлюють ті чи інші ситуації та темпи розвитку являють собою основу кон'юнктурного дослідження.

Щодо тенденції розвитку ринку, то це поняття, яке характеризує напрямок і швидкість його зміни у часі. Тенденція відображається загальним напрямом, тобто вектором зміни ринку, а також його середньою швидкістю, що дозволяє усунути випадкові відхилення від загального напрямку. При виявленні тенденції застосовують закон «великих чисел». Тенденцію ринку можна представити у вигляді тренда, чи змін, які відображають загальний напрям динамічного розвитку без впливу випадкових коливань. Тренд чи трендові моделі можна виявити завдяки використанню економіко-статистичних та економіко-математичних методів (наприклад, графічний метод чи технічне згладжування, аналітичне вирівнювання тощо).

Таким чином, трендом вважають графічне чи математичне вираження закономірності динамічного розвитку, тобто відображення основної тенденції зміни досліджуваного явища.

На основі кількісних оцінок та моделей динаміки ринку, у неформальному кон'юнктурному аналізі можна використати якісні характеристики зміни ринкової ситуації, а саме: зростаючий ринок; ринок, що розвивається; стабільний ринок; ринок, що скорочується тощо.

Вихідною інформацією про розвиток і зміни на ринку слугують динамічні ряди, які являють собою характеристики показників, які розміщені в хронологічній послідовності та, відображають зміни досліджуваного явища у часі.

Таким чином, динамічний ряд - це послідовність чисел, які характеризують зміну того чи іншого соціально-економічного явища. Елементами динамічного ряду є перелік хронологічних дат (моментів) або інтервалів часу і конкретні значення відповідних статистичних показників, яких називають рівнями ряду.

Швидкість й інтенсивність розвитку різних суспільних явищ значно варіюють, що позначається на структурі відповідних динамічних рядів. Для оцінювання зазначених властивостей, динаміки статистика використовує низку

взаємозв'язаних характеристик. Серед них: абсолютний приріст, відносний приріст, темп зростання, інші.

Розрахунок характеристик динаміки ґрунтується на зіставленні рівнів ряду. При порівнянні певної множини послідовних рівнів база порівняння може бути постійною чи змінною. За постійну базу вибирають або початковий рівень ряду, або рівень, який вважають вихідним для розвитку явища, яке вивчають. Характеристики динаміки, що обчислені відносно постійної бази, називаються базисними. Якщо кожний рівень ряду y_t порівнюють з попереднім y_{t-1} , характеристики динаміки називають ланцюговими.

Абсолютний приріст Δ_t характеризує абсолютний розмір збільшення (чи зменшення) рівня ряду y_t за певний часовий інтервал і обчислюється як різниця рівнів ряду:

базисний приріст $\Delta_t = y_t - y_0$;

ланцюговий приріст $\Delta_t = y_t - y_{t-1}$.

Знак «+», «-» свідчить про напрям динаміки.

Темп зростання k_t показує, у скільки разів рівень y_t більший (менший) від рівня, який узято за базу порівняння. Він являє собою кратне відношення рівнів:

базисний темп $k_t = \frac{y_t}{y_0}$;

ланцюговий темп $k_t = \frac{y_t}{y_{t-1}}$.

При збільшенні рівня $k_t > 1$, при зменшенні — $k_t < 1$. Темпи зростання виражаються як у коефіцієнтах, так і у відсотках.

Ланцюгові Δ_t і k_t відображують відповідно абсолютну й відносну швидкість динаміки. Вони взаємозв'язані. Якщо подати $y_t = y_{t-1} + \Delta_t$, то

$$k_t = \frac{y_{t-1} + \Delta_t}{y_{t-1}} = 1 + \frac{\Delta_t}{y_{t-1}}.$$

Величину $\frac{\Delta_t}{y_{t-1}}$ називають відносним прискоренням або темпом приросту і позначають символом T_t . Вона функціонально пов'язана з темпом зростання, але на відміну від останнього завжди виражається у відсотках:

$$T_t = 100(k_t - 1).$$

Отже, темп приросту показує, наскільки відсотків рівень y_t більший (менший) від бази порівняння.

Співвідношенням абсолютного приросту і темпу приросту визначають абсолютне значення 1% приросту. Нескладні алгебраїчні перетворення цього відношення показують, що воно становить соту частину рівня, взятого за базу порівняння:

$$A_t = \frac{\Delta_t}{T_t} = \frac{y_t - y_{t-1}}{100 \left(\frac{y_t - y_{t-1}}{y_{t-1}} \right)} = \frac{y_{t-1}}{100}.$$

При обчисленні середнього темпу зростання враховують правило складних відсотків, за якими змінюється відносна швидкість динаміки (нагромаджується приріст на приріст). Тому середній темп зростання обчислюють за формулою середньої геометричної з ланцюгових темпів зростання:

$$\bar{k} = \sqrt[n]{k_1, k_2, \dots, k_n} = \sqrt[n]{\prod_{t=1}^n k_t},$$

де n — кількість темпів зростання за однакові інтервали часу.

Урахувавши взаємозв'язок ланцюгових і базисних темпів зростання, формулу середньої геометричної можна записати так:

$$\bar{k} = \sqrt[n]{K_n} = \sqrt[n]{\frac{y_n}{y_0}}.$$

У системі кон'юктурних характеристик динаміки ринку особливе місце посідають динамічні індекси, яким відведено такі важливі функції, що:

- відображають загальні зміни ринку, який складається із сукупності окремих елементів, тобто окремих показників динаміки;
- дають можливість послідовно показати зміни кожного окремого елемента;

- сприяють виявленню впливу структурного фактора на динаміку ринкової діяльності.

Таким чином, індекси допомагають:

- 1) вивчати динаміку головних параметрів системи;
- 2) порівняти параметри різних систем;
- 3) виявити вплив окремих факторів на зміну явища (динаміку) і відносне відхилення цих параметрів.

Під «індексом» розуміють відносний показник, який характеризує динаміку величини, яка складається із сукупності елементів, які безпосередньо неможливо зсумувати.

За характером порівнянь (у часі, просторі, з певним стандартом) індекси поділяють на динамічні, територіальні, міжгрупові.

Динамічний індекс характеризує інтенсивність динаміки; при його розрахунку базою порівняння є одне з попередніх значень показника. База порівняння ідентифікується підрядковою позначкою «0», поточне значення показника - «1».

При просторових порівняннях визначають ступінь відхилення значень показника у просторі - між об'єктами, країнами, регіонами, які ідентифікуються певними літерами; вибір бази порівняння довільний. Міжгруповий індекс характеризує відхилення від певного стандарту (еталонного, максимального чи мінімального значення) або від середнього рівня за сукупністю в цілому.

Оскільки індекс має властивості як середніх, так і відносних величин, то він дозволяє виміряти динаміку таких ринкових явищ і процесів як: продажу продуктів та послуг; цін, витрат, прибутку, кількості та розміру підприємств тощо.

Зрозуміло, що розвиток ринку відбувається не лише рівномірно. Ринковій економіці притаманними є коливання, а саме випадкові або закономірні відхилення від загальної тенденції розвитку, які називають варіацією. Варіація елементів ринку відображає ступінь їх однорідності і вона оцінюється рівнем їх

відхилень від середнього рівня. Існує також поняття варіабельність ринку або інакше, коливальність, що означає здатність коливатися.

Завдяки вивченню рівня варіацію ринку можна оцінити таку важливу характеристику розвитку ринку як стійкість стану чи розвитку ринку, або її антипод – нестійкість. Поняття стійкості стану чи розвитку ринку корелює з поняттям гетерогенності тобто однорідності. Але, як відомо, найчастіше ринок складається із різних, неподібних чи малоподібних елементів та процесів. А тому, рівень різнорідності чи, навпаки, однорідності дає змогу охарактеризувати інтенсивність коливань цих елементів, тобто рівень варіації характеризується наявністю чи відсутністю різноманітності досліджуваних явищ чи процесів.

Таким чином, в одних сукупностях індивідуальні значення ознаки щільно групуються навколо центра розподілу, в інших — значно відхиляються. Чим менші відхилення, тим однорідніша сукупність, а отже, тим більш надійні й типові характеристики центра розподілу, передусім середня величина. Вимірювання ступеня коливання ознаки, її варіації — невід’ємна складова аналізу закономірностей розподілу. Міри варіації широко використовують у практичній діяльності: для оцінювання диференціації домашніх господарств за рівнем доходу, фінансового ризику інвестування, ритмічності роботи підприємств, сталості врожайності сільськогосподарських культур тощо.

На основі характеристик варіації оцінюють інтенсивність структурних зрушень, щільність взаємозв’язків соціально-економічних явищ, точність результатів вибіркового обстеження.

Для вимірювання та оцінювання варіації використовують абсолютні та відносні характеристики. До абсолютних належать: варіаційний розмах, середнє лінійне та середнє квадратичне відхилення, дисперсії; відносні характеристики подаються низкою коефіцієнтів варіації, локалізації, концентрації.

Варіаційний розмах R - це різниця між максимальним і мінімальним значеннями ознаки: $R = x_{\max} - x_{\min}$. Він характеризує діапазон варіації.

Інші абсолютні характеристики варіації враховують усі відхилення значень ознаки від центра розподілу, поданого середньою величиною.

Узагальнюючою характеристикою варіації є середнє відхилення:

а) лінійне

$$\bar{l} = \frac{\sum_{j=1}^m |x_j - \bar{x}| f_j}{\sum_{j=1}^m f_j};$$

б) квадратичне, або стандартне

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^m (x_j - \bar{x})^2 f_j}{\sum_{j=1}^m f_j}};$$

в) дисперсія (середній квадрат відхилень)

$$\sigma^2 = \frac{\sum_{j=1}^m (x_j - \bar{x})^2 f_j}{\sum_{j=1}^m f_j}.$$

На підставі первинних, незгрупованих даних наведені характеристики обчислюють за принципом незваженої середньої:

$$\bar{l} = \frac{\sum_{i=1}^n |x_i - \bar{x}|}{n} \quad \text{або} \quad \sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}}.$$

Середнє лінійне \bar{l} та середнє квадратичне σ відхилення є безпосередніми мірами варіації. Це іменовані числа (в одиницях вимірювання ознаки), за змістом вони ідентичні, проте завдяки математичним властивостям $\sigma > \bar{l}$.

Очевидний взаємозв'язок середнього квадратичного відхилення та дисперсії: $\sigma = \sqrt{\sigma^2}$.

При порівнянні варіації різних ознак або однієї ознаки в різних сукупностях використовують коефіцієнти варіації V . Їх визначають відношенням абсолютних іменованих характеристик варіації (σ , \bar{l} , R) до центра розподілу, найчастіше виражають у відсотках:

$$V_{\sigma} = \frac{\sigma}{\bar{x}} 100.$$

Як уже зазначалось, при аналізі ринкової ситуації однією із ключових характеристик стану ринку є оцінка рівня його стійкості. Під стійким розвитком

розуміють передбачувані, рівномірні зміни ринку або ж його рівномірний стан. Тобто ринок може:

по-перше, розвиватися плавно без значних відхилень в той або інший бік;

по-друге, коливатися, тобто різко змінювати вектор свого розвитку як у напрямку зростання, так і спаду.

Відомо, що стійкий розвиток ринку, відсутність значних диспропорцій і коливань створюють початкові передумови для зростання економіки.

За умови стійкого розвитку ринку, характерними рисами є відсутність або низький рівень стихійності, непорядкованості та непередбачуваності. Стійким розвитком ринку вважають лінію тренда, яка практично співпадає або є дуже близькою до емпіричної лінії.

Щодо стихійного ринку та дії випадкових непередбачуваних факторів, то його можна охарактеризувати як прояв кон'юнктурних коливань його параметрів, їхніх відхилень від лінії нормального, стійкого розвитку. Нестійкість розвитку ринку може проявлятися у формі кризових явищ, інфляційних очікувань, проявів диспропорційності, різких коливань тощо.

Таким чином, зрозуміло, що стійкість стану та розвитку ринку, тобто рівномірність та нестійкість, коливальність ринку, тобто нерівномірність являють собою єдність протилежностей.

Необхідно враховувати, що ринкові коливання можуть проявлятися:

по-перше, у часі, коли ринкові коливання проявляються в динаміці, у формі ломаної лінії тенденції змін ринку;

по-друге, у просторі (нерівномірний розвиток ринку або коливань підприємств чи територій).

Під час проведення аналізу враховують, що чим меншим є розмах варіації, тим більш стійким є ринок і його розвиток, а також більш надійними та достовірними вважаються його оцінки та прогнози.

Коливальність, тобто варіація - є протилежністю (антиподом) стійкості. У часі коливальність розвитку ринку можна виміряти як середнє значення суми відхилень фактичних рівнів розвитку від основної тенденції, тобто від тренду.

Цей показник називають коефіцієнтом апроксимації та виражають у відсотках до середнього рівня і розраховують як середньоквадратичне відхилення емпіричних рівнів від тренду.

При проведенні оперативного аналізу динаміки стійкості можна використовувати, так званий кон'юнктурний метод тестування. Кон'юнктурний тест – це середня арифметична із трьох можливих оцінок тенденції розвитку ринку, що склалася, і кожній з яких присвоюють відповідний бал. Такими можливими тенденціями розвитку ринку виступають:

- зростання (підйом);
- стабільність;
- зниження (спад).

Кон'юнктурний аналіз динаміки дає узагальнюючу оцінку тенденції розвитку ринку.

При побудові кон'юнктурного тесту використовують три групи показників:

- інструментальні показники, які залежать від діяльності підприємств і плануються самими підприємствами;
- змінні очікування – вони залежать не від підприємств, а від зовнішніх факторів;
- сукупні показники є залежними як від дій підприємств, так і від зовнішніх факторів.

Вивчення коливальності ринку в територіально-економічному просторі пов'язане з проблемою оцінки його однорідності. Але, в той же час, в умовах ринкової сукупності мають місце ознаки неоднорідності, тобто гетерогенності, що пояснюється складною структурою ринку, виокремленням та варіацією самостійних елементів ринку, територіальними та динамічними відмінностями ринкових показників. Існує декілька методів оцінки та критеріїв однорідності та відмінностей ринкових показників. Так, найчастіше досліджувану сукупність розбивають на однорідні групи, або, як їх ще називають кластери, - при цьому оцінюють дисперсію груп, розглядають показники розподілу ринків за певними

показниками, визначають показники варіації рівня задоволеності попиту, розглядають варіацію цін по підприємствах і т.д. Диференціація ринків за рядом ознак може свідчити про прояв конкуренції або на нестійкість ринкової ситуації.

Найпростішим способом оцінки стійкості чи нестійкості ринку є розрахунок структури ринку за певним показником. Близькість цих показників до середнього рівня свідчить, що ринок знаходиться в стійкому стані.

Більш надійну інформацію щодо коливальності параметрів ринку дають формалізовані оцінки коливальності показників ринку, зокрема, варіації у географічному чи економічному просторі (за регіонами, конкурентами тощо).

Щодо територіального аналізу коливальності ринку, то він має певну специфіку. При проведенні територіального аналізу диференціації ринку досить часто використовують групування регіональних показників стану та розвитку ринку.

У територіальному аналізі важливу роль відіграє рівень агрегації показників – варіація середніх рівнів показника крупних економічних районів, тобто зональна варіація, узагальнює та осереднює регіональні відмінності невеликих територій. Скориставшись правилом складання дисперсій, можна одержати, що загальна територіальна варіація дорівнює сумі міжгрупової дисперсії та середній із групових показників дисперсії:

$$\sigma^2 = \overline{\sigma^2} + \delta^2,$$

де σ^2 - загальна дисперсія (коливальність регіональних показників),

$\overline{\sigma^2}$ - середня із внутрішньогрупових (внутрішньорегіональних) дисперсій,

δ^2 - міжгрупова дисперсія.

Емпіричний коефіцієнт детермінації показує частку всіх варіацій регіональних показників, що обумовлені регіональною диференціацією крупних територіальних утворень та відносно невеликих районів:

$$\eta^2 = \frac{\delta^2}{\sigma^2}.$$

Як видно із викладеного вище, варіація показників динаміки та територіальних відмінностей ринку дозволяє оцінити рівень диференціації його економічного та соціального розвитку.

Контрольні запитання для самодіагностики:

1. Сутність і зміст кон'юнктурного показника.
2. Механізм побудови системи кон'юнктурних показників.
3. Характеристика основних вимог до відбору та використання показників у кон'юнктурному аналізі.
4. Які показники вважають основними чи такими, що репрезентують ринкову кон'юнктуру?
5. У чому полягають особливості та яка специфіка розрахунку основних кон'юнктурних показників?
6. Значення ціни та інших цінових показників в кон'юнктурних дослідженнях та аналізі.
7. Процедура класифікації показників кон'юнктури ринку.
8. Аналіз попиту й ціноутворення при кон'юнктурному дослідженні.
9. Показники оцінки регіональних особливостей ринку.
10. Показники аналізу масштабу, типології ринку та ринкових пропорцій.
11. Показники вивчення сезонності ринку та її впливу на діяльність підприємств.
12. Показники виявлення тенденції та закономірності розвитку ринку.
13. Показники аналізу загальносвітової тенденції.

РОЗДІЛ 2

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПРОВЕДЕННЯ КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

ТЕМА 6. МЕТОДИ АНАЛІЗУ КОН'ЮНКТУРИ ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ

- 6.1. Характеристика методів аналізу економічної кон'юнктури.
- 6.2. Класифікація методів технічного аналізу.
- 6.3. Теорія Доу.
- 6.4. Хвильова теорія Еліота.
- 6.5. Методи фундаментального аналізу.
- 6.6. Метод головних компонент, його сутність і призначення.
- 6.7. Кластерні процедури класифікації.

6.1. Характеристика методів аналізу економічної кон'юнктури

У сучасному трактуванні методи аналізу економічної кон'юнктури підрозділяють на фундаментальний і технічний аналіз.

Фундаментальна методика в тому або іншому ступені доступна будь-якій людині, тому що дані можна одержувати як із засобів масової інформації, так і зі спеціальних видань. Усім доступна звичайна логіка – якщо виробництво падає, ціна на товари росте, при збільшенні відсоткових ставок національна валюта дорожчає. Існує безліч фундаментальних факторів для кожного з ринків – особливий набір з особливою специфікою. Широко використовується такий набір фундаментальних показників: валовий національний продукт, паритет купівельної спроможності, рівень процентних ставок, рівень безробіття та інфляції, стан платіжного балансу країни, різні зведені індекси.

Розвиток методики технічного аналізу налічує більш ніж вікову історію. Почалася вона зі статті Ч. Доу в Wall Street Journal, опублікованої в 1890 році. Подальший розвиток ідеї Ч. Доу одержали в теорії Р. Н. Еліота, що

сформулював основні концепції технічного аналізу і математично обґрунтував хвильову теорію руху короткострокової кон'юнктури на основі чисел Фібоначчі. Великий внесок у розвиток методів технічного аналізу зробили такі практики і теоретики як Вільям Ган, Віктор де Вілльєр, Д. Лейн, Л. Вільямс, Д. Мерфі, Р. Пректор та ін.

Технічний аналіз у цілому можна визначити, як метод прогнозування економічного процесу (найчастіше цін), що засновані на математичних, а не на економічних викладеннях. Цей метод був створений для прикладних цілей, а саме - одержання доходів при грі спочатку на ринку цінних паперів, а потім і на ф'ючерсних ринках. Всі методики технічного аналізу створювалися окремо одна від одної і лише в 70-і роки XX ст. були об'єднані в єдину теорію із загальною філософією, аксіомами та основними принципами. Технічний аналіз передбачає вивчення внутрішньої інформації, яка генерується самим ринком, у першу чергу – даних про динаміку найважливіших його елементів. Концепція і методологічні принципи технічного аналізу базуються на тому, що динаміка основних елементів ринку – обсяг попиту, рівня цін і т. п. підлягає певним закономірностям, які з великою ймовірністю повинні проявитися і в майбутньому періоді. Таким чином, методологічний апарат технічного аналізу, тобто дослідження динаміки внутрішніх технічних характеристик самого фінансового ринку може бути застосований як для аналізу, так і для прогнозування його кон'юнктури.

Основу аналітичного апарата технічного аналізу становить побудова й інтерпретація графіків динаміки рівня цін і обсягів продажу окремих видів фінансових інструментів.

Технічний аналіз – це метод прогнозування цін за допомогою розгляду графіків рухів ринку в попередні періоди часу.

6.2. Класифікація методів технічного аналізу

Класифікація методів технічного аналізу представлена на рис. 6.1.



Рис. 6.1 - Класифікація методів технічного аналізу

1. Графічні методи.

Графічними називають ті методи, які для прогнозування використовують наглядні зображення руху ринку. Ці методи почали використовувати раніше за всі інші, оскільки вони є найпростішими у своєму використанні. Графічні методи поділяють в залежності від того, який тип графіка використовують для аналізу (наприклад, лінійні графіки, гістограмні чарти, японські свічки, хрестики-нолики та інші).

2. Теорія циклів.

Теорія циклів в дійсності є більш розвиненою на теоретичному рівні, ніж на практичному. Вона вивчає циклічні коливання не лише цін, але й інших характеристик, у тому числі природних явищ в цілому.

3. Методи, в основу яких покладена фільтрація або математична апроксимація.

Ці методи особливо жваво розвиваються впродовж останніх 35 років паралельно із розвитком комп'ютерної техніки та аналітичних прикладних пакетів програм.

Найбільш продуктивною й ефективною групою даного блоку методів вважають метод фільтрації. І цю групу можна розділити на дві основні частини: ковзкі середні та осцилятори.

Історія західного технічного аналізу нараховує понад століття. Все розпочалося із замітки Чарльза Доу в 1890 р. у Wall Street Journal.

6.3. Теорія Доу

Теорія Доу, власне, була створена для використання на ринках цінних паперів та індексів. Ця теорія є основою технічного аналізу, а тому принципово важливо зрозуміти її сутність та ключові особливості задля можливості використовувати інструментарій та методику теорії Доу для вирішення нагальних завдань в умовах сучасності.

До принципово важливих положень теорії Доу відносяться наступні пункти (рис. 6.2):

- рух індексів враховує все;
- ринок має свої три тренди;
- головний тренд має притаманні йому три фази;
- індекси мають підтверджувати один одного.

Тренд мусить підтверджуватися обсягами торгівлі (обсяг торгівлі Доу вважав важливим фактором, який має вплив на ціну, але, в той же час, другорядним. Сутність цього принципу полягає в тому, що обсяг повинен підвищуватися по напрямленню до головного тренда та спадати у коректуючому напрямку. Варто зазначити, що дане положення застосовують майже всіма методами технічного аналізу як перевірка правильності висновку).

Тренд буде діяти доти, доки не подасть очевидних сигналів про розворот.

Відповідно до теорії Доу на ринку існує три типи тенденції (рис.6.2). Визначення тенденції виглядає так: при висхідній тенденції кожний наступний пік і кожний наступний спад вище попереднього. Інакше кажучи, в «бичачої» тенденції повинен бути вигляд кривої з послідовно зростаючими піками й спадами. Відповідно, при спадній тенденції кожний наступний пік і спад буде нижчий, ніж попередній. Таке визначення тенденції є основним і слугує відправною точкою в аналізі тенденції. Доу виділяв три категорії тенденції:

первинну, вторинну й малу. Найбільшого значення він віддавав саме первинній або основній тенденції, яка триває понад рік, а іноді й кілька років. Вторинна або проміжна тенденція, є коригувальною стосовно основної тенденції і триває, звичайно, від трьох тижнів до трьох місяців. Подібні проміжні виправлення становлять від $1/3$ до $2/3$ (дуже часто - половину) відстані, що пройдена цінами під час попередньої тенденції. Малі, або короткострокові тенденції тривають не більше трьох тижнів і є короткостроковими коливаннями в рамках проміжної тенденції.

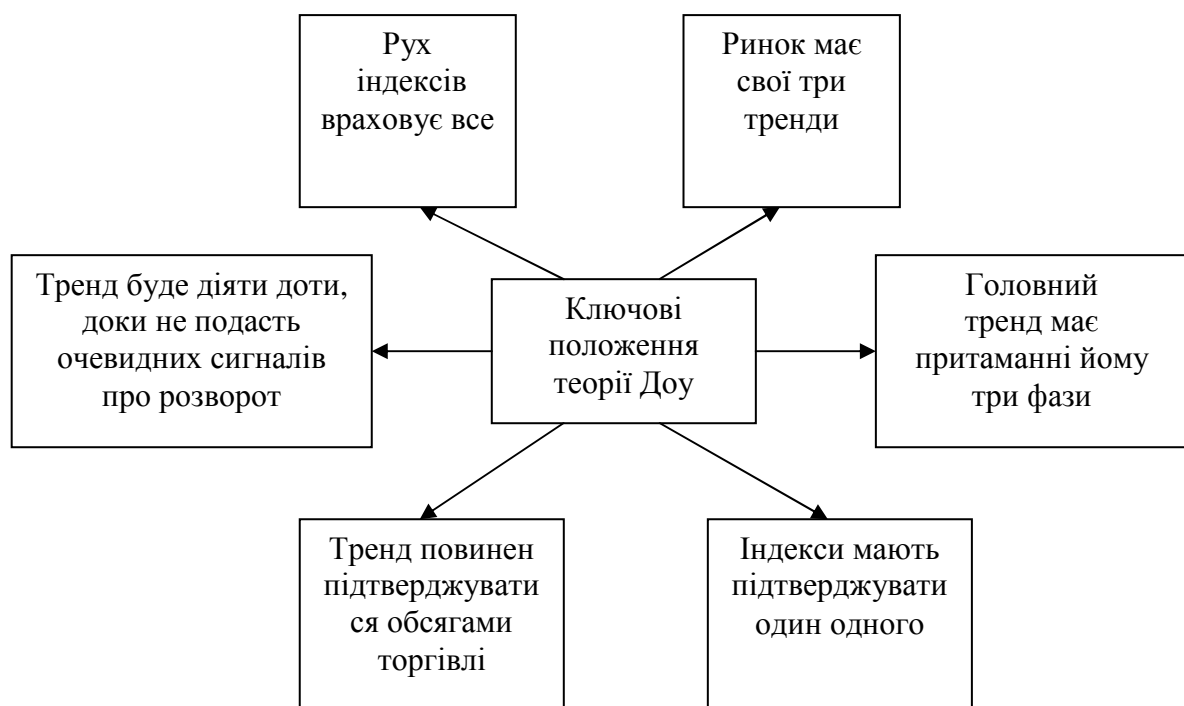


Рис. 6.2 - Основні положення теорії Доу

Основна тенденція має три фази. Фаза перша, або фаза нагромадження, коли найбільш далекоглядні й інформовані інвестори починають купувати, тому що вся несприятлива економічна інформація вже була врахована ринком. Друга фаза настає, коли в гру включаються ті, хто використовує технічні методи проходження за тенденціями. Ціни вже стрімко зростають, економічна інформація стає більш оптимістичною. Тенденція входить до своєї третьої, або заключної фази, коли в дію вступає широка публіка, і на ринку починається

ажіотаж, який підігрівається засобами масової інформації. У газетах пишуть про «биків», економічні прогнози сповнені оптимізму, зростає обсяг спекуляцій. І тепер ті інформовані інвестори, які «накопичували» під час піднесення «медвежого» ринку, коли ніхто не хотів купувати, починають «поширювати», тобто продавати, коли всі, навпаки, намагаються купити.

Індекси повинні підтверджувати один одного. Доу вважав, що будь-який важливий сигнал до підвищення або зниження курсу на ринку повинен пройти в значеннях декількох індексів.

Обсяг торгівлі повинен підтверджувати характер тенденції. Доу вважав обсяг торгівлі надзвичайно важливим фактором для підтвердження сигналів, отриманих на цінових графіках, тобто обсяг повинен підвищуватися в напрямку основної тенденції.

Тенденція діє доти, доки не подасть явних сигналів про те, що вона змінилася. Це означає, що тенденція, яка почала рух, буде прагнути його продовжувати. Визначити сигнали перелому тенденції не так просто. Але аналіз рівня підтримки й опору, цінових моделей, лінії тренда, змінних середніх значень – усе це (у числі інших технічних інструментів) допоможе вам зрозуміти, що в динаміці існуючої тенденції намітився злам. Для тих, хто користується теорією Доу, втім як і будь-яким іншим методом руху за тенденцією, найскладніше завдання полягає в тому, щоб відрізнити звичайне проміжне виправлення до існуючої тенденції від першого нового відрізка нової тенденції в протилежному напрямку.

6.4. Хвильова теорія Еліота

Хвильова теорія Еліота – одна з найстаріших теорій технічного аналізу. Із часу її створення ніхто з користувачів не вносив до неї яких – небудь помітних нововведень. Навпаки, усі зусилля були спрямовані на те, щоб принципи, сформульовані Еліотом, вимальовувалися чіткіше. Теорія Еліота не дуже проста у використанні, але якість прогнозів, що одержані при її використанні,

дуже висока.

Головне відкриття Ральфа Нельсона Еліота (1871-1948 рр.) полягало в тому, що поведінка «юрби» - були то римські раби чи учасники біржової гри – підкоряється характерним законам. На його думку, соціально-масова психологічна поведінка проходить стадії експансії, ентузіазму і ейфорії, за яких йде заспокоєння, спад і депресія. Ця схема простежується в різних періодах часу, починаючи з декількох хвилин і закінчуючи століттями.

Зміни масової психології добре видно по зміні цін на продукти та послуги, цінні папери, валюти.

Основою теорії слугує так звана хвильова діаграма. Хвиля – це чіткий помітний ціновий рух. Дотримуючись правил розвитку масової психологічної поведінки, всі рухи цін розбивають на п'ять хвиль у напрямку сильнішого тренда, і на три – при русі (корекції) вниз.

Для позначення п'ятихвильового тренда використовують цифри, а для протилежного трихвильового – літери. Кожний з п'ятихвильових рухів називають імпульсним, а кожний із трихвильових – корективним.

Хвилі, сполучаючись одна з одною, утворюють цеглинки для хвиль набагато більшої довжини. Але цеглинки мають ту ж структуру, що й самі хвилі.

Еліот був одним із перших, хто чітко визначив дію «геометрії частин» у природі, у цьому випадку – у ціновому графіку.

В основі теорії Еліота лежить хвильова діаграма, що формується особливим чином, співвідношення усередині якої задаються числами Фібоначчі. Еліот першим подав ідею використовувати числову послідовність Фібоначчі для складання прогнозів у рамках технічного аналізу. Торговельна стратегія з її використанням дає можливість виявити поворотні точки на ринку. Визначивши майбутні появи максимумів і мінімумів будь-якого цінового руху, можна віддати своєчасний наказ про продаж або купівлю. Ризик підписання угоди знижується до прийняттого рівня, а можливий прибуток збільшується завдяки тому, що момент прийняття рішення щодо відкриття торговельної

позиції розраховується дуже близько до екстремальних значень ціни. Крім того, у трейдера виникає можливість не тільки піймати той або інший пік або спад ціни, а й визначити рівні наказів про мінімізацію можливих збитків, тобто рівень стоп-лосс.

Якщо розглядати хвилі з погляду біржової психології, можна відзначити такі індивідуальні особливості кожної хвилі:

Хвиля 1. Може бути дуже сильна, якщо є новим явищем (тобто підйом після тривалого спаду), або слабшою, коли подібні рухи не нові. У будь-якому разі цю хвилю супроводжує атмосфера нерішучості: ніхто не впевнений, що попереднє падіння ціни вже закінчилося, і багато хто чекає його повернення.

Хвиля 2. Розвивається атмосфера страху. Деякі гравці вважають її поверненням ведмежого ринку і починають продаж. Ця хвиля, звичайно, досить глибока.

Хвиля 3. Упевнений і сильний підйом цін. Така хвиля супроводжується великим обсягом торгівлі і значним відкритим інтересом. По ній з найбільшою впевненістю можна ідентифікувати п'ятихвильову діаграму. Найбільш вигідно укладати угоди саме в цей час.

Хвиля 4. Її глибина звичайно невелика й добре передбачувана. Ринок ще досить сильний, але вже має потребу у відпочинку.

Хвиля 5. Виглядає не такою вражаючою, як хвиля 3. Навіть, якщо вона досить тривала, обсяг торгівлі невеликий. При цьому найбільший азіотаж у навколоринкової публіки.

Хвиля А. Публіка переконана, що спад лише тимчасовий, і продовжує купувати.

Хвиля В. З ринком діється щось дивне. Рух нагору не вдається, і потроху починають здаватися навіть переконливі «бики».

Хвиля С. Майже так само сильна, як хвиля 3. Багато хто вважає її підтверджуючою новий «ведмежий» тренд, інші поспішають закрити збиткові позиції.

Хвильова теорія Еліота довела свою працездатність при прогнозуванні

цін не тільки на різних ринках, а й при передбаченні реальних подій. Еліотовські аналітики побудували навіть графік економічного розвитку людства й проаналізували його.

6.5. Методи фундаментального аналізу

Якщо виходити із традиційної класифікації методів, що використовують у кон'юнктурному аналізі, то в цілому їх можна поділити на такі групи:

- 1) методи економічного загальносистемного аналізу;
- 2) економіко-математичні методи;
- 3) економіко-статистичні методи.

Основними методами загальносистемного аналізу економічної кон'юнктури є:

- методи порівняння;
- візуально-графічні методи;
- балансовий метод;
- формально-логічні методи.

Методи порівняння застосовані на порівнянні моментів стану економічної кон'юнктури, як за допомогою кількісних показників, так і якісних характеристик процесу.

Кількісні порівняння проводять за допомогою абсолютних і відносних показників динаміки (темпи росту, приросту, середні величини, дисперсія і середньоквадратичне відхилення). Особливу роль в аналізі тренда кон'юнктури відіграють перша і друга похідна кривої кон'юнктури.

У кон'юнктурному аналізі самостійне значення приділяють візуально-графічним методам. У загальному вигляді ці методи зводяться до побудови таблиць і графіків, які завдяки своїй наочності дуже успішно застосовують для аналізу кон'юнктури.

Балансовий метод також з успіхом застосовують при оцінці динаміки певного процесу в рамках обмеженого календарного періоду (наприклад,

побудова балансу попиту та пропозиції).

До формально-логічних методів слід віднести методи експертних оцінок та інші методи теорії масового попиту. До експертних методів належать і різні рейтингові розрахунки. Сутність рейтингів полягає в складанні впорядкованих списків (за зменшенням або зростанням функціонального фактора) суб'єктів аналізованої сукупності (наприклад, список найбільш високорозвинених країн за темпами приросту ВВП).

На фінансовому ринку рейтинг – думка про спроможність і юридичний обов'язок емітента проводити своєчасні виплати за основною частиною і відсотках з цінних паперів боргового характеру. Рейтинг – це оцінка позиції аналізованого об'єкта на шкалі показників. Він дозволяє встановити на певну дату становище учасників економічного процесу, виявити їхнє місце серед інших учасників економічного процесу відповідно до різних критеріїв. У цьому розумінні рейтинг – орієнтир для учасників ринку, на підставі якого вибирають стратегію поведінки.

Рейтинг оцінює ризик невиконання емітентом своїх зобов'язань, пов'язаних із цінними паперами, і, відповідно, ризик втрат інвесторів відносно основної суми і відсотків (кредитний ризик). Тобто рейтинг – це оцінка ризику втрат. Рейтинг не вимірює конкретну величину ризику втрат, не є кількісним прогнозом, мірилом їхньої ймовірності. Рейтинг – це лише порівняльна оцінка рівнів ризику по різних цінних паперах, спосіб порівняння їх між собою за величинами кредитних ризиків.

Прийнято виділяти «якісні» і «кількісні» рейтинги. Як правило, «якісні» рейтинги складають на основі важковимірюваних або дуже складних показників (наприклад, список облігацій фондового ринку). Всі облігації списку позначають буквеними індексами в порядку зниження «якості» облігацій.

Системою рейтингів, яка зустрічається найчастіше, є бально-ваговий метод розрахунку рангів:

$$R = W_i * X_i, \text{ де}$$

R – місце (ранг) даної одиниці сукупності в загальному списку;

W_i – вага i -го показника в загальній оцінці сукупності об'єктів;

X_i – ранг (кількість балів, місце) даної одиниці в загальному списку сукупності по i -му показнику, $i = 1.....n$.

Як критерій оцінки діяльності 500 американських компаній журнал «Forbes» використовує суму рангів за рядом кількісних показників. В основі кількісних показників використовують усереднені за останні п'ять років темпи приросту прибутковості компаній, темпи росту обсягів продажу, прибутковість акцій, а також абсолютні значення обсягів продажу, чистого доходу і частки прибутку в цінах за останній рік. Крім списків за кількісними показниками, журнал «Forbes» відзначає окремі компанії за рядом кількісних критеріїв, формуючи на їхній основі список «зірок» бізнесу.

До економіко-математичних методів вивчення кон'юнктури належать загальноматематичні методи розрахунків економічних показників і методи математичного моделювання. При цьому слід відзначити особливе значення методів оцінки ризиків, фінансових і комерційних розрахунків для кон'юнктурного аналізу.

Найбільш вживаними економіко-статистичними методами, що застосовують при аналізі економічної кон'юнктури є:

- експертні;
- кореляційно-регресійні (найпростіші показники зв'язку, кореляція, регресія);
- аналіз динаміки кон'юнктури (метод відносних величин, метод середніх величин, індексний метод, аналіз рядів динаміки, аналіз часових коливань, зведення та групування, вибіркове спостереження).

Метою аналізу економічної кон'юнктури є виявлення тенденції у русі економічних показників і знаходження причини змін на ринку.

Вивчення кон'юнктури проводять у такій послідовності:

- виявлення поведінки суб'єктів, які діють на ринку;
- оцінка й аналіз потенціалу та основних пропорцій ринку;
- виявлення основної тенденції розвитку ринку, його коливання, сезонності й циклічності.

Вивчення поведінки суб'єктів, які діють на ринку, містить у собі:

- аналіз попиту та пропозиції;
- аналіз виробництва;
- аналіз стану торгівлі;
- аналіз цін.

Аналіз попиту й споживання товару передбачає урахування обсягів і динаміки попиту і споживання товару в цілому й по регіонах. Завдання такого аналізу – розкрити основні причини зміни місткості ринку.

Аналіз виробництва охоплює показники, які характеризують обсяги виробництва товару в цілому і по основних виробниках.

Аналіз стану торгівлі містить у собі вивчення динаміки світового експорту та імпорту в цілому, по окремих країнах, сегментацію внутрішнього ринку і динаміку торгівлі в цілому.

Аналіз цін дозволяє виявити тенденції в їхній динаміці і визначити основні фактори, які стали причиною їх зміни – ріст або зниження витрат виробництва, співвідношення попиту та пропозиції, впливу монополій і т. п.

Після встановлення основної тенденції у русі виробництва аналізують вплив на ринок основних кон'юктуроутворюючих факторів. Оцінку циклічних факторів здійснюють з урахуванням даних щодо загальногосподарської кон'юнктури.

6.6. Метод головних компонент, його сутність і призначення

Для проведення моделювання та прогнозування кон'юнктури ринку протягом останніх років все більше використовують багатовимірні методи. Серед них чільне місце посідає метод головних компонент. Це пояснюють тією

особливістю методу головних компонент, що за його допомогою можна одночасно досліджувати чималу кількість ознак, у тому числі і взаємозалежних. У результаті узагальнення початкових ознак є змога виявити загальні закономірності, тобто, в результаті дослідження значної кількості ознак, які характеризують ринок, можна виявити кон'юнктурутворюючі чинники, які безпосередньо неможливо спостерігати та оцінювати, оскільки вони є внутрішніми, прихованими властивостями явищ.

Чималий внесок у розвиток компонентного аналізу вклали такі всесвітньо відомі вчені як Ч. Спірмен, Л. Терстоун, Г. Томсон, С. Барт, Р. Кеттелл, Д. Максвелл, Д. Гарнетт, К. Холзінгер, Г. Харман та інші.

Слід вказати, що вперше К. Пірсоном у 1901 році був розроблений метод головних компонент, а в 1933 році Г. Хотеллінгом була подана статистична інтерпретація цього методу.

Метод головних компонент полягає в тому, що на основі дійсно існуючих зв'язків ознак можна виявити латентні узагальнені характеристики організаційної структури та механізм розвитку явищ та процесів. За допомогою метода головних компонент можна позбавитися ефекту мультиколінеарності в результаті заміни початкових ознак, які можуть бути корельованими, меншою кількістю незалежних компонент. Ці так звані гіпотетичні величини неможливо безпосередньо оцінити.

Завдання, які висувають перед компонентним аналізом та можуть бути вирішені за його допомогою, зводять до наступних:

- скорочення початкових ознак у результаті виділення головних компонент;
- виявлення взаємозв'язків та закономірностей, так званих латентних впливів;
- оцінювання узагальнених показників (інтерпретація та оцінка головних компонент);
- прогнозування розвитку певного процесу при побудові рівняння регресії з використанням результатів компонентного аналізу;

- типологія й класифікація об'єктів спостереження;
- використання компонентного аналізу в комбінації з іншими методами аналізу, тобто перетворення даних для використання в інших моделях.

Модель компонентного аналізу можна зобразити таким чином:

$$z_i = \sum_{k=1}^m a_{ik} G_k,$$

де z_i - нормоване значення i -ї ознаки з одиничними дисперсіями;

a_{ik} - вага, факторне навантаження k -ї компоненти на i -у ознаку;

$i = 1, 2, \dots, m$;

m - кількість ознак;

$k = 1, 2, \dots, p$;

p - кількість головних компонент, $p < m$;

G_k - k -а головна компонента.

Або дещо інакше записана модель компонентного аналізу:

$$z_{ij} = \sum_{k=1}^p a_{ik} g_{jk},$$

де z_{ij} - нормоване значення i -ї ознаки для j -о об'єкту;

$j = 1, 2, \dots, n$;

n - кількість об'єктів;

g_{jk} - значення k -ї компоненти для j -о об'єкта.

У матричному вигляді модель головних компонент має вигляд:

$$Z = F A',$$

де Z - матриця нормованих значень розміром $n \times m$;

F - матриця значень головних компонент розміром $n \times m$;

A' - транспонована матриця факторних навантажень розміром $m \times m$.

Алгоритм метода головних компонент складається з таких етапів.

I. Формування матриці початкових даних X розміром $n \times m$:

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & x_{13} & \cdots & x_{1m} \\ x_{21} & x_{22} & x_{23} & \cdots & x_{2m} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ x_{n1} & x_{n2} & x_{n3} & \cdots & x_{nm} \end{bmatrix},$$

де x_{ij} - значення i -ї ознаки для j -го об'єкта (спостереження);

$i=1,2,\dots,m$, m - кількість ознак;

$j=1,2,\dots,n$, n - кількість об'єктів.

II. Розрахунок матриці стандартизованих значень ознак, який здійснюється за наступною формулою:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{\sigma_j},$$

де z_{ij} - стандартизоване значення i -ї ознаки для j -го об'єкта;

\bar{x}_j - середнє значення j -ї ознаки;

σ_j - середньоквадратичне відхилення j -ї ознаки.

Після проведених розрахунків перейдемо до матриці стандартизованих значень Z розміром $n \times m$:

$$Z = \begin{bmatrix} z_{11} & z_{12} & z_{13} & \cdots & z_{1m} \\ z_{21} & z_{22} & z_{23} & \cdots & z_{2m} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ z_{n1} & z_{n2} & z_{n3} & \cdots & z_{nm} \end{bmatrix}.$$

III. Обчислення матриці парних коефіцієнтів кореляції R з одиницями на головній діагоналі:

$$R = \frac{1}{n} Z^T Z ;$$

$$R = \begin{bmatrix} 1 & r_{12} & r_{13} & \cdots & r_{1m} \\ r_{21} & 1 & r_{23} & \cdots & r_{2m} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ r_{m1} & r_{m2} & r_{m3} & \cdots & 1 \end{bmatrix}.$$

Якщо не переходити від матриці X до матриці Z , то від матриці X перейдемо до матриці коваріацій S .

$$S = \frac{1}{n} X' X ;$$

$$S = \begin{bmatrix} 1 & s_{12} & s_{13} & \dots & s_{1m} \\ s_{21} & 1 & s_{23} & \dots & s_{2m} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ s_{m1} & s_{m2} & s_{m3} & \dots & 1 \end{bmatrix}.$$

IV. В методі головних компонент (на відміну від факторного аналізу) вважають, що латентні компоненти мають пояснити всю варіацію. Тому, немає необхідності переходити від матриці кореляцій R чи матриці коваріацій S до редукованої матриці коваріацій чи редукованої матриці парних кореляцій R_h , в якій на головній діагоналі замість одиниць стоять спільності (h_j^2).

Таким чином, наступним кроком є розрахунок діагональної матриці властивих чисел Λ розміром $p \times p$. Елементи матриці Λ ранжовані в убуючому порядку.

$$\Lambda = \begin{bmatrix} \lambda_1 & 0 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & \lambda_2 & 0 & \dots & 0 \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ 0 & 0 & 0 & \dots & \lambda_p \end{bmatrix}.$$

Властиві значення λ_k указують на внесок k -ї компоненти в сумарну дисперсію початкової ознакової множини. Їхні значення визначають з рівняння

$$|R - \lambda E| = 0.$$

V. Розрахунок ортогональної матриці властивих векторів розміром $p \times p$:

$$U = \begin{pmatrix} u_{11} & u_{12} & u_{13} & \dots & u_{1p} \\ u_{21} & u_{22} & u_{23} & \dots & u_{2p} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ u_{p1} & u_{p2} & u_{p3} & \dots & u_{pp} \end{pmatrix}.$$

Власний вектор V_k , що відповідає власному значенню λ_k матриці кореляцій R , знаходять з такого рівняння:

$$(R - \lambda_k E) V_k = 0.$$

Нормований власний вектор U_k буде знаходитись таким чином:

$$U_k = \frac{V_k}{\sqrt{V_k V_k'}}.$$

VI. Розрахунок матриці факторних навантажень A , елементами якої є вага компонент (факторні навантаження):

$$A = V \Delta^{1/2};$$

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} & \dots & a_{1k} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} & \dots & a_{2r} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{m1} & a_{m2} & a_{m3} & \dots & a_{mk} \end{bmatrix}.$$

VII. Перш ніж перейти від матриці A до матриці значень головних компонент F , може виникнути потреба знаходження більш простої факторної структури. Пошук простішої факторної структури здійснюють за допомогою процедур обертання, в результаті чого значення одних факторних навантажень зменшуються, а інших – зростають. Після цього одержують матрицю факторного навантаження після обертання.

VIII. Розрахунок матриці значень головних компонент F :

$$F = Z V \Delta^{-1/2}$$

$$F = \begin{bmatrix} f_{11} & f_{12} & f_{13} & \dots & f_{1k} \\ f_{21} & f_{22} & f_{23} & \dots & f_{2k} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ f_{n1} & f_{n2} & f_{n3} & \dots & f_{nk} \end{bmatrix}.$$

Варто відмітити, що модель факторного аналізу має такий вигляд:

$$x_i = \sum_{k=1}^m a_{ik} f_k + e_i,$$

де a_{ik} - навантаження k -го фактора i -ї ознаки;

$i = 1, 2, \dots, m$;

m – кількість ознак;

$k = 1, 2, \dots, p$;

p – кількість факторів, $p < m$;

f_k - k -й загальний фактор;

e_i - залишки, які являють собою джерела відхилень, що діють лише на i -у ознаку; вони обумовлені дією характерного (специфічного) фактора.

Якщо припустити, що, по-перше, загальні фактори - ортогональні, по-друге, кількість загальних факторів дорівнює кількості початкових ознак, а специфічний фактор e_i - близький до нуля, то маємо модель компонентного аналізу.

Таким чином, метод головних компонент має певні властивості, які різнять його від факторного аналізу. По-перше, головні компоненти є статистично незалежними. По-друге, виділені головні компоненти ранжовані в залежності від рівня їхнього вкладу до сумарної дисперсії початкових ознак. Тобто, перша головна компонента має максимальну дисперсію, друга – найбільшу дисперсію серед компонент, які залишились, і так до повного розподілу дисперсії між компонентами.

Компонентний аналіз являє собою лінійний адитивний метод. При його використанні не має потреби висувати гіпотезу щодо лінійності моделі, наявності кількості компонент та їхню корельованість. При використанні метода головних компонентів не потрібно робити ніяких припущень щодо ознак, більше того – вони можуть бути, навіть, випадковими величинами. За його допомогою можна повністю розкласти дисперсію початкових ознак, тобто

повністю її пояснити, використовуючи для цього латентні компоненти, які являють собою узагальнені ознаки.

За умови, що вага компонент визначена та їх більше однієї – не завжди є можливість однозначно та адекватно інтерпретувати виділені компоненти. Це пов'язано з тим, що для цих же компонент можна одержати еквівалентні ваги (навантаження) за допомогою їх ортогонального перетворення.

Перетворення проводять для того, щоб за можливості знайти просту факторну структуру. Це, коли факторні навантаження ознак, які мають вплив на невідоме явище, мали високі значення на одну компоненту та незначні – на інші. Слід зазначити, що елемент a_{ik} матриці факторних навантажень A вказує на зв'язок між i -ю початковою ознакою та k -ю головною компонентою і знаходиться в таких межах: $-1 \leq a_{ik} \leq +1$. Компоненту, для якої ознаки мають високі навантаження потрібно назвати, тобто інтерпретувати. У тому випадку, коли маємо більше одного фактора, їх не завжди можна проінтерпретувати однозначно. У зв'язку з цим, факторна структура може бути змінена за допомогою різних процедур ортогонального чи косокутного обертання, в процесі якого значення одних факторних навантажень зростають, а інших - зменшуються. Найчастіше використовують процедуру варімакс, яка максимізує варіацію квадратів факторних навантажень для кожної компоненти, збільшуючи великі і зменшуючи малі значення факторних навантажень. Тим факторам, які мають найбільші навантаження, дають відповідну назву.

Для підбору компонент, рішення яких легко інтерпретувати, використовують такі методи.

I. Методи, в основу яких покладені обертання факторів (компонент):

- 1) графічний метод обертання;
- 2) аналітичні методи:
 - варімакс;
 - квартимакс;
 - еквімакс;
 - біквартимакс;

II. Методи, які не передбачають обертання компонент (факторів).

Ці методи ґрунтуються на тому, що ще перед виділенням компонент мають бути задані як їхня кількість, так і ознаки, які повинні мати нульові ваги на компоненти.

Вирішуючи питання щодо вибору необхідної кількості компонент, доцільно скористатися критерієм Кайзера або методом Каттелла (критерієм „кам’янистого обвалу”). Згідно з критерієм Кайзера, залишають лише ті фактори, властиві числа яких більші одиниці. За методом Каттелла потрібно графічно відобразити властиві числа кореляційної матриці в спадаючому порядку. Виділення факторів закінчується саме на тому факторі, після якого властиві числа кореляційної матриці стрімко не зменшуються.

Якщо після того, як враховано, наприклад, 75% дисперсії, наступна компонента пояснює менше якогось заданого відсотка дисперсії, то вона виключається, оскільки має занадто малий вклад до загальної дисперсії, а тому ця компонента не є важливою.

Для економічної інтерпретації одержаних результатів найнагляднішими є ті випадки, коли кількість виділених головних компонент дорівнює від однієї до трьох.

Зважаючи на те, що головні компоненти ортогональні між собою, тому сумарна дисперсія i -ї ознаки дорівнює одиниці. У зв’язку з цим, внесок k -ї компоненти до сумарної дисперсії можна визначити таким чином:

$$\frac{\lambda_k}{m} 100\%.$$

Сумарний внесок відібраних головних компонент чи, інакше, повноту факторизації визначають так:

$$\frac{\sum_{k=1}^p \lambda_k}{m} 100\%.$$

Щодо значимості ваги компонентів (факторних навантажень), то в соціально-економічних дослідженнях їх можна вважати значимими, якщо вони дорівнюють не менше наперед заданої величини.

Для економічної інтерпретації використовують лише ті факторні навантаження, значення яких більші 0,5.

В залежності від того, яким чином розташувати початкові дані для кореляційної матриці, що є основою моделі головних компонент, виділяють різну техніку аналізу. Якщо взяти до уваги трьохвимірний куб початкових даних, то за його допомогою можна відобразити будь-які ситуації, оскільки осі куба будуть відповідати:

- об'єктам дослідження, спостереженням;
- параметрам, характеристикам, ознакам об'єкта;
- ситуаціям, часовим інтервалам.

В залежності від того, який зріз куба беруть для аналізу, традиційно виділяють шість видів техніки: *R, Q, T, O, S, P*.

Класичною вважають *R*-техніку, яку використовують у більшості випадків досліджень. Сутність цієї техніки зводиться до кореляції між показниками, які розраховуються для об'єктів.

У випадку, коли об'єкт дослідження являє собою неподільне єдине ціле - його неможливо представити як сукупність об'єктів. Цей об'єкт можна дослідити в різних випадках, тобто його можна зобразити в часовому розрізі, коли стовпці матриці даних будуть відповідати ознакам, а рядки – часовому інтервалу. Тобто, характеристика об'єкта представлена рядами динаміки, що відповідає *P*-техніці, яку використовують, коли є необхідність виявити та дослідити взаємозв'язок між ознаками (характеристиками) одного об'єкта в різних умовах, а саме - з часом.

Заслужовують на увагу праці Л. Тукера, Г. Левіна, П. Бентлера, Б. Блексема, Г. Кірса, П. Кроненберга, Ф. Оорта, П. Хорста, які займались розробками методів компонентного та факторного аналізів для матриць початкових даних у багатовимірному просторі, зокрема для трьохвимірних матриць.

6.7. Кластерні процедури класифікації

Формування однорідних одиниць сукупності у багатовимірному просторі важко уявити без такого методу аналізу як кластерний. Це пов'язано з тим, що за його допомогою можна побудувати науково обґрунтовану класифікацію об'єктів з одночасним урахуванням усіх групувальних ознак. Особливої уваги кластерний аналіз заслуговує ще й тоді, коли є потреба дослідити певне явище в регіональному розрізі, тобто згрупувати регіони за заданими ознаками.

Кластерному аналізу свої праці присвятили чимало вчених, найбільш відомими серед них можна назвати Сокала Р., Сніта Дж., Дюрана Б., Оделла П., Айвазяна С. А., Мхітаряна В. С., Плюту В., Жамбю, Болла Г., Холла Д., Мак-Куїна Дж., Тамашевича В., Сошникову Л., Єріну А. М., Манделя І.

Нині існує чимало прикладних програм для швидкої та неклопіткої побудови кластерної моделі. Зокрема, прикладний пакет “Statistica” та його модуль “Cluster analysis”.

Слово “кластер” походить від англійського “cluster”, що в перекладі означає гроно, скупчення, пучок.

У 1939 р. Тріоном Р. було запропоновано вжити термін “кластерний аналіз”.

В основу кластерного аналізу покладений Р. Сокалом та Дж. Снітом так званий політетичний підхід. На противагу монотетичному підходу, його сутність полягає в тому, що одночасно враховуються всі групувальні ознаки під розбиття сукупності на групи.

Кластерний аналіз являє собою спосіб групування багатовимірних об'єктів. В основу кластерного аналізу покладено представлення результатів спостереження за допомогою точок відповідного геометричного простору та подальшого виділення груп у вигляді “згустків” цих точок.

Основні завдання кластерного аналізу можна звести до:

- виділення однорідних груп із початкових багатовимірних даних таким чином, щоб об'єкти, які належать одній групі, були схожі між собою, а ті, що відносяться до різних груп – відмінні;

- побудови науково обґрунтованої класифікації;
- виявлення внутрішнього зв'язку серед одиниць сукупності;
- скорочення інформації через виявлення діагностичних ознак, тобто ознак, які мають найсуттєвіші особливості серед чисельних початкових ознак.

Нехай є множина $I = (I_1, I_2, \dots, I_n)$, яка характеризує n об'єктів, а також множина ознак $C = (C_1, C_2, \dots, C_m)^T$, які притаманні кожному об'єкту з множини I . Тоді результатом вимірювання i -ї ознаки I_j об'єкта буде x_{ij} , $i=1,2,\dots,m$; $j=1,2,\dots,n$. Підсумовуючи сказане, маємо: для множини об'єктів I є множина векторів $X = (X_1, X_2, \dots, X_m)$, які характеризують множину I . Слід зазначити, що множину X можна відобразити у вигляді n точок у m - вимірному просторі (E_m) .

У матричному вигляді можна записати так.

На основі матриці початкових даних розміром $n \times m$:

$$X = \begin{pmatrix} x_{11} & x_{21} & \dots & x_{1m} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2m} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{n1} & x_{n2} & \dots & x_{nm} \end{pmatrix} = (X_1, X_2, \dots, X_m),$$

де x_{ij} - значення i -ї ознаки для j -ї одиниці сукупності;

$i = 1, 2, \dots, m$;

$j = 1, 2, \dots, n$;

m – кількість ознак;

n – кількість одиниць сукупності;

потрібно розрахувати нормовані значення ознак та побудувати матрицю нормованих значень Z розміром $n \times m$:

$$Z = \begin{pmatrix} z_{11} & z_{12} & \dots & z_{1m} \\ z_{21} & z_{22} & \dots & z_{2m} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ z_{n1} & z_{n2} & \dots & z_{nm} \end{pmatrix} = (Z_1, Z_2, \dots, Z_m).$$

Ця дія обумовлена тим, що коли ознаки мають різні одиниці виміру, виникає необхідність нормування ознак, в результаті чого вони стануть безрозмірними величинами. У результаті введення так званої умовної одиниці виміру буде змога порівнювати об'єкти.

Під час проведення кластерного аналізу виникають труднощі, що пов'язані з вибором способу нормування та визначення відстані між об'єктами, яка має неоднозначний характер.

Найбільш вживаними способами нормування прийнято вважати наступні:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_i}{\sigma_i}; \quad z_{ij} = \frac{x_{ij}}{\bar{x}_i}; \quad z_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_{\max_i}}; \quad z_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_{\min_i}}; \quad z_{ij} = \frac{(x_{ij} - \bar{x}_i)}{(x_{\max_i} - x_{\min_i})},$$

де z_{ij} - нормоване значення i -ї ознаки для j -ї одиниці сукупності;

$i = 1, 2, \dots, m$;

$j = 1, 2, \dots, n$;

m – кількість ознак;

n – кількість одиниць сукупності;

x_{ij} - значення i -ї ознаки для j -ї одиниці сукупності;

\bar{x}_i - середній рівень i -ї ознаки;

σ_i - середньоквадратичне відхилення i -ї ознаки;

x_{\max_i} - максимальне значення i -ї ознаки;

x_{\min_i} - мінімальне значення i -ї ознаки.

Після стандартизації ознак розраховано елементи матриці відстані. Одержують симетричну матрицю відстаней розміром $(n \times n)$ з нульовими діагональними елементами:

$$D = \begin{pmatrix} 0 & d_{12} & \dots & d_{1n} \\ d_{21} & 0 & \dots & d_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ d_{n1} & d_{n2} & \dots & 0 \end{pmatrix},$$

де $d_{jj} = 0$ для $j=1, 2, \dots, n$.

Таким чином, метою кластерного аналізу є розбиття множини об'єктів I на k кластерів ($k < n$; k – ціле число) на основі даних x_{ij} множини X , але таким чином, щоб кожен об'єкт I_i належав лише одному кластеру. Крім того, об'єкти, які належать одному кластеру, мають бути подібними, а от об'єкти з різних кластерів – відмінними.

Кластерний аналіз являє собою певні процедури, в результаті яких створюються кластери, тобто групи схожих об'єктів. Отже, завданням кластерного аналізу є класифікація об'єктів.

Проводячи кластерний аналіз, прийнято дотримуватися певної послідовності дій:

- 1) проведення вибірки, яку потрібно кластеризувати;
- 2) виділення ознак, за якими відібрані об'єкти будуть оцінюватися;
- 3) вибір та обчислення певної міри подібності з-поміж об'єктів;
- 4) вибір метода кластерного аналізу, який найкраще підходить для групування схожих об'єктів та його застосування;
- 5) підтвердження результатів кластерного аналізу, тобто перевірка достовірності.

Необхідно зазначити, що важливим поняттям при оцінюванні подібності є метрика. І для того, щоб бути метрикою, функція відстані $d(X_i, X_j)$ має відповідати деяким вимогам. Такими вимогами є:

- симетрія, коли $d(X_i, X_j) = d(X_j, X_i)$;
- нерівність трикутника $d(X_i, X_j) \leq d(X_i, X_k) + d(X_k, X_j)$;
- розрізнення нетотожних об'єктів $d(X_i, X_j) \geq 0$;
- нерозрізнення ідентичних об'єктів $d(X_i, X_j) = 0$, коли $X_i = X_j$.

Виділяють чимало відстаней, які використовують в процесі кластеризації, але найбільш відомими і вживаними є наступні:

- Евклідова відстань;
- зважена Евклідова відстань;
- квадратна Евклідова відстань;
- Манхеттенська відстань або інакше – відстань міських кварталів;

- відстань Мінковського;
- відстань Махаланобиса;
- відстань Чебишева.

У випадку, коли ознакова множина складається з різновагомих ознак, виникає потреба зважити ознаки. Вага має бути надана ознакам у залежності від ступеня вагомості, тобто значущості ознаки. Цієї мети можна досягти в результаті детального вивчення сутності ознак, на основі яких проводять класифікацію або на основі експертних оцінок.

Важливо врахувати те, що основним недоліком евклідових і подібних їм метрик є те, що змінні, в яких великі як абсолютні значення, так і стандартні відхилення, можуть зменшити вплив змінних, які мають менші абсолютні значення і стандартні відхилення.

Як уже було зазначено, суть кластерного аналізу полягає в розподілі подібних об'єктів на групи, які прийнято називати кластерами. Цим кластерам притаманні деякі властивості. Такими властивостями можна назвати наступні: щільність, дисперсія, розмір, форма.

Методи кластерного аналізу розділяють на ієрархічні та ітераційні:

- ієрархічні методи складаються з двох великих груп:
 - а) агломеративні, тобто поєднуючі;
 - б) дивізімні (роз'єднуючі).

Кожен із методів як ієрархічний, так і ітераційний застосовують з використанням різноманітних алгоритмів.

Найбільш вживаними методами кластерного аналізу є ієрархічні агломеративні методи. Серед ієрархічних агломеративних методів виділяють такі:

- метод одиночного зв'язку або інакше, метод ближнього сусіда;
- метод повних зв'язків – метод дальнього сусіда;
- метод середнього зв'язку;
- метод Уорда;
- метод медіанного зв'язку;
- центроїдний метод.

Відмінність між ієрархічними агломеративними методами полягає в особливостях побудови кластерів, тобто від того, яким алгоритмом класифікації використане та від метрики (міри відстані між об'єктами).

Таким чином, усім методам ієрархічних агломеративних методів кластерного аналізу притаманні наступні положення. По-перше, кожен із цих методів розглядає об'єкти у вигляді матриці відстані і в певному порядку поєднує найбільш схожі із них. По-друге, весь процес кластеризації можна відобразити графічно у вигляді деревовидних діаграм, так званих дендрограм. На дендрограмі мають бути зазначені об'єкти, які поєднуються та відстані, на яких відбувається об'єднання. По-третє, необхідно саме $n-1$ крок для повної кластеризації за допомогою цих методів, використовуючи матрицю відстані $n \times n$. Слід зазначити, що на першому кроці всі об'єкти являють собою незалежні кластери, а вже на останньому – вони являють собою єдине об'єднання.

Результати агломеративних методів важко піддаються візуальному аналізу. Тому доцільно побудувати декілька дендрограм різними методами та порівняти одержані результати. Крім того, недоліком ієрархічних процедур є громіздкість обчислювальних процедур.

Особливістю ітеративних методів є те, що для проведення кластеризації мають бути заданими початкові умови, зокрема кількість виділених кластерів. У результаті ітеративних алгоритмів (на відміну від ієрархічних) може скластися ситуація, коли один об'єкт належить кільком кластерам. Ітеративні методи допускають використання як початкових даних результати класифікації, одержані після проведення ієрархічного кластерного аналізу. При використанні ітеративних методів, зокрема алгоритм k -середніх, не має потреби проводити обчислення та зберігати матрицю відстаней, оскільки в даному випадку використовують початкові дані ознак.

Для проведення алгоритму k -середніх потрібно випадково вибрати k об'єктів. Ці k об'єкти будуть виступати як центри кластерів, так би мовити еталони. Далі із об'єктів, що залишились, вибирають один, який має бути віднесений до одного із центрів, використовуючи якусь із зазначених вище

метрик. Об'єкт приєднують до центра, якому відповідає найменша відстань. Процедура повторюється аналогічно доти, поки буде одержана задана кількість кластерів з мінімальною внутрішньокластерною дисперсією.

На погляд Манделя, найкращих результатів можна досягти використовуючи ієрархічний метод кластерного аналізу, зокрема такий алгоритм як Уорда, оскільки щокроку виконується умова щодо мінімізації внутрішньокластерної дисперсії. Така умова виконується й при застосуванні алгоритму *k*-середніх (ітераційний метод).

Про якість одержаних кластерів можна робити висновки після порівняння середніх значень ознак кластерів з середнім значенням всієї сукупності об'єктів. Чим більша значима різниця групових середніх від загальної середньої - тим якісніше проведена кластеризація.

Приклад використання кластерного аналізу для дослідження варіаційності регіонального туристського ринку Харківської області.

З метою удосконалення стратегії розвитку окремих регіонів України (областей та їх сукупностей) чи районів областей, - зокрема при прогнозуванні розвитку соціального туризму, - туристські підприємства яких об'єднані в одне економічне ціле, доцільно виділити найбільш однорідні елементи регіональної системи, тобто розділити їх на подібні групи областей (районів), які схожі між собою, наприклад, за рівнем розвитку дитячих оздоровчих закладів.

Для комплексного дослідження туристського ринку у регіональному розрізі можливим є використання багатовимірних методів.

При формуванні однорідних одиниць сукупності у багатовимірному просторі доцільно використати такий метод аналізу як кластерний, оскільки за його допомогою можна побудувати науково обґрунтовані класифікації об'єктів з одночасним врахуванням усіх групувальних ознак. Особливої уваги кластерний аналіз заслуговує ще й тоді, коли є потреба дослідити певне явище в регіональному розрізі, тобто згрупувати за заданими ознаками регіони (райони) в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів.

З використанням методів кластерного аналізу, про які йшла мова вище, та в результаті проведення процедур, що виконані за комп'ютерною програмою в прикладному пакеті “Statistica” версії 6.0, була побудована класифікація районів Харківської області в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів.

Для досягнення поставленої мети були зібрані дані щодо дитячих оздоровчих закладів, які б характеризували 28 структурних одиниць Харківської області в 2000 р. та в 2009 р., а саме: м. Харків та Балаклійський, Барвінківський, Близнюківський, Богодухівський, Борівський, Валківський, Великобурлуцький, Вовчанський, Дворічанський, Дергачівський, Зачепилівський, Зміївський, Золочівський, Ізюмський, Кегичівський, Коломацький, Красноградський, Краснокутський, Куп'янський, Лозівський, Нововодолазький, Первомайський, Печенізький, Сахновщинський, Харківський, Чугуївський та Шевченківський райони.

Множиною ознак, за якими оцінювались об'єкти в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів: кількість таборів, одиниць; кількість місць в таборах, одиниць; оздоровлено дітей, осіб.

Оскільки зазначені ознаки мають різні одиниці виміру, то, як уже зазначалося, вони були стандартизовані.

Ознаки, які обрані для проведення класифікації розглядалися як рівновагомі.

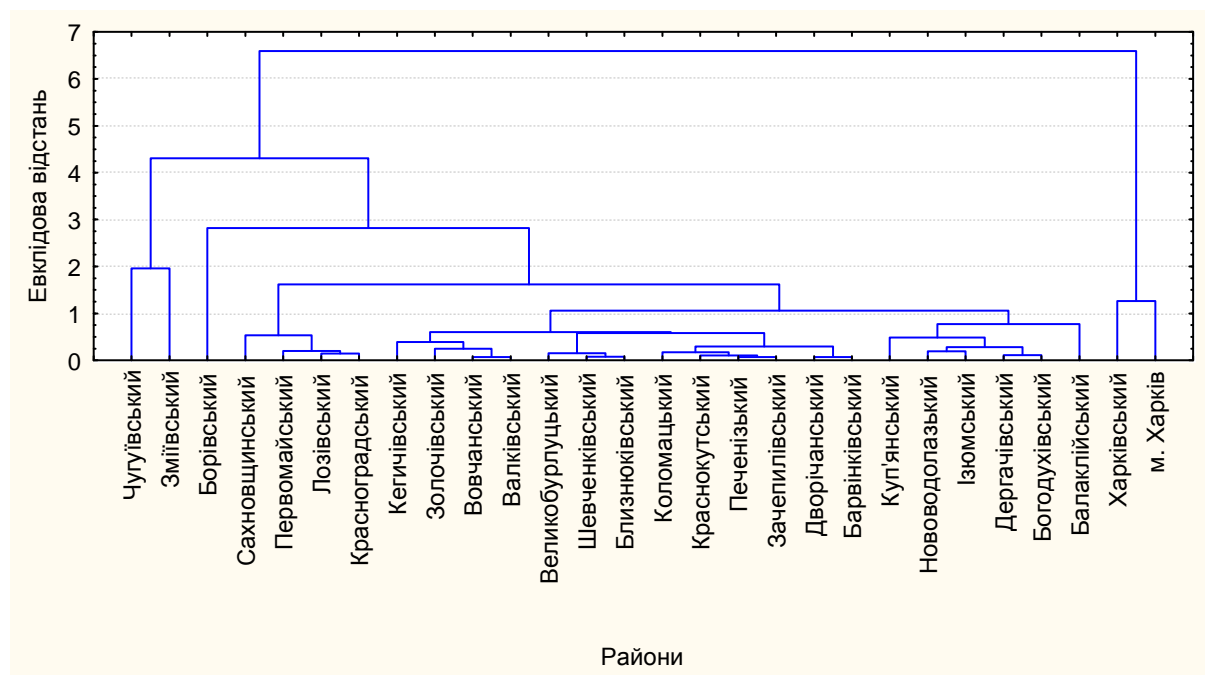


Рис. 6.3 - Дендрограма ієрархічної класифікації районів Харківської області в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів в 2000 р. з використанням методу дальнього сусіда

Класифікація районів Харківської області проводилася за допомогою різних алгоритмів кластерного аналізу спочатку для показників за 2000 р., а потім – для даних за 2009 р., - але найкращі результати щодо змістовної інтерпретації були одержані з використанням ітеративного методу кластерного аналізу, зокрема алгоритму *k*- середніх з розбиттям на шість кластерів для 2000р. та з розбиттям на п'ять кластерів за 2009 р. Після проведення кластеризації з використанням ієрархічних методів було визначено таку початкову умову як необхідну кількість виділення кластерів, що потрібна для класифікації регіонів Харківської області за допомогою методу *k*- середніх (рис. 6.3-6.7 - для 2000 р. та рис. 6.8-6.12 - для 2009 р.).

Після виконаних процедур з використанням комп'ютерної програми «Statistica», одержані наступні результати.

В залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів були згруповані райони Харківської області за 2000 р. в шість кластерів.

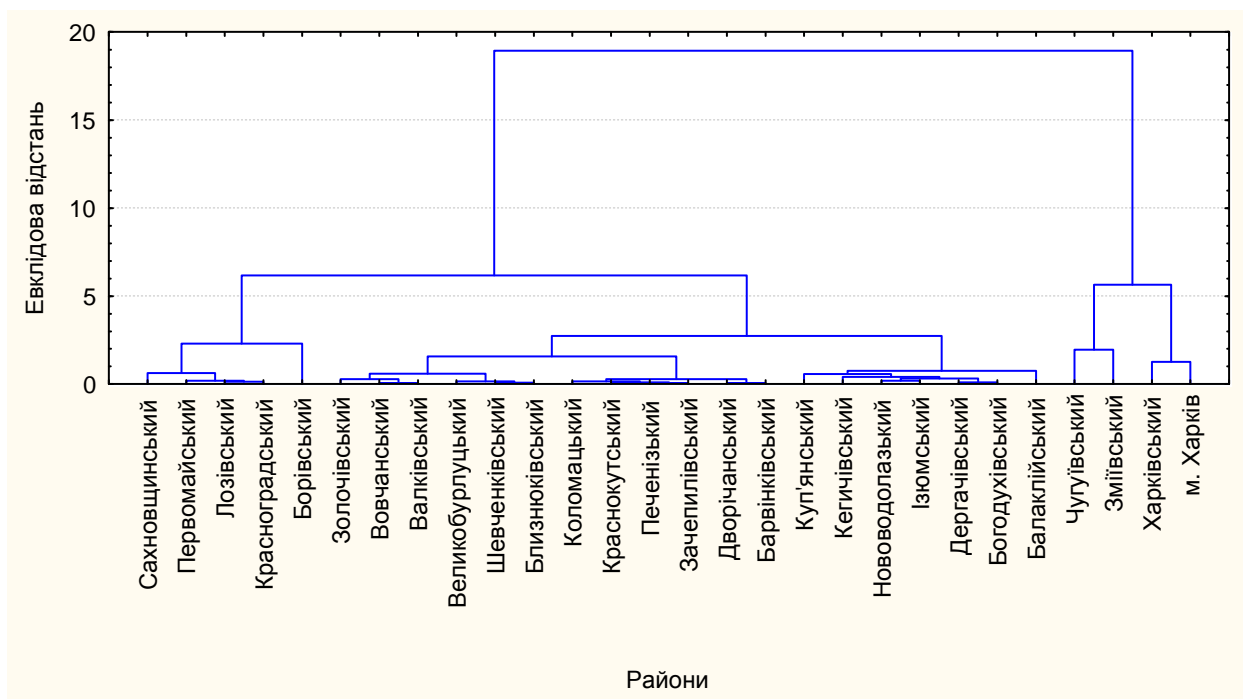


Рис. 6.4 - Дендрограма ієрархічної класифікації районів Харківської області в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів у 2000 р. з використанням методу Уорда

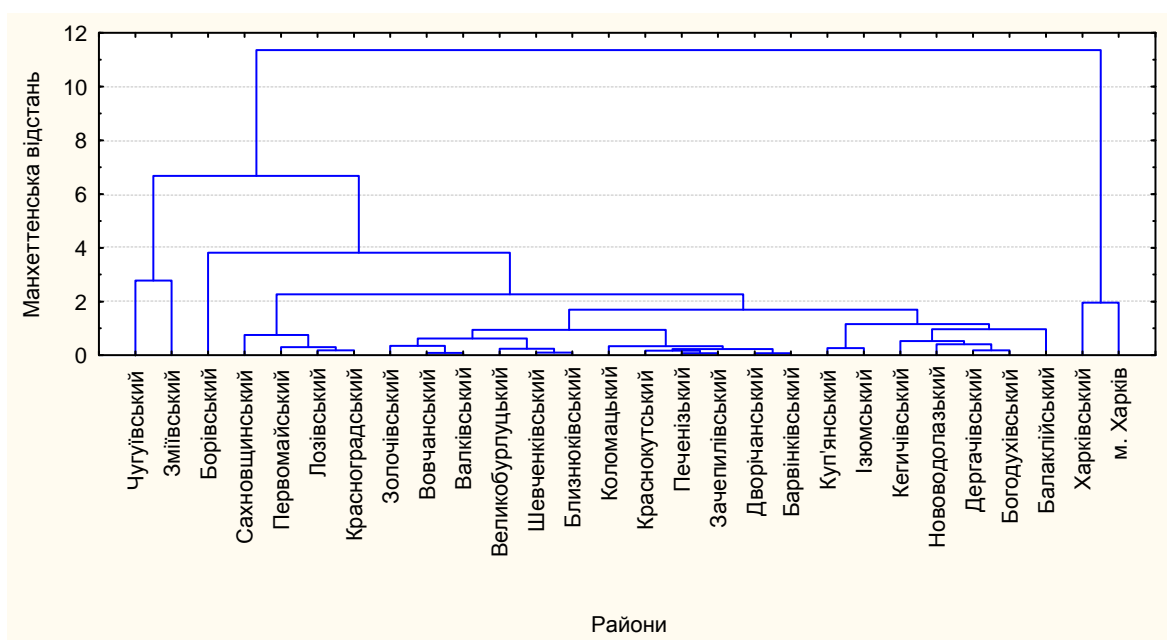


Рис. 6.5 - Дендрограма ієрархічної класифікації районів Харківської області в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів у 2000 р. з використанням методу дальнього сусіда

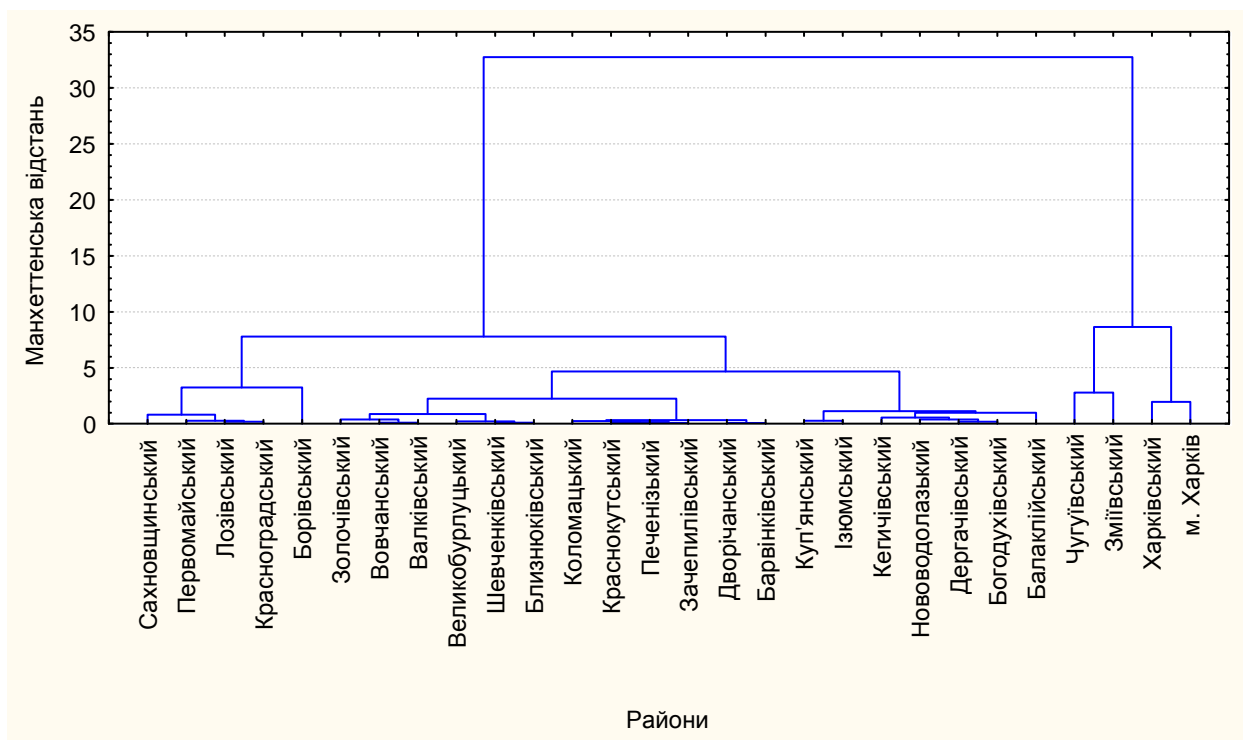


Рис. 6.6 - Дендрограма ієрархічної класифікації районів Харківської області в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів у 2000 р. з використанням методу Уорда

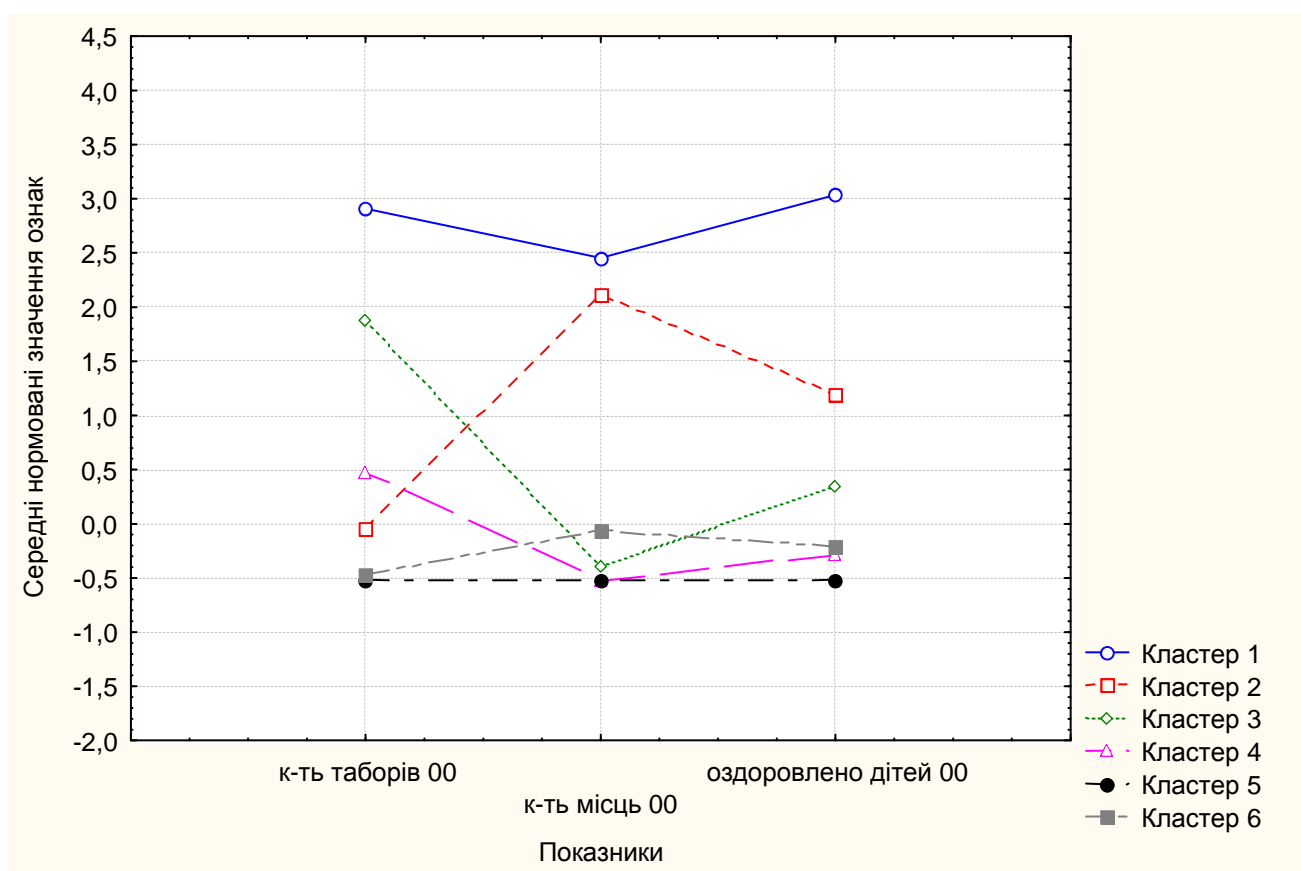


Рис. 6.7 - Середні рівні розвитку дитячих оздоровчих закладів у районах Харківської області в 2000 р. для виділених кластерів

Таблиця 6.1 - Групування районів Харківської області в 2000 р. в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів

Група регіонів	Регіони
6	Балаклійський, Богодухівський, Дергачівський, Ізюмський, Кегичівський, Куп'янський, Нововодолазький
5	Барвінківський, Близнюківський, Валківський, Великобурлуцький, Вовчанський, Дворічанський, Зачепилівський, Золочівський, Коломацький, Краснокутський, Печенізький, Шевченківський
4	Красноградський, Лозівський, Первомайський, Сахновщинський
3	Борівський
2	Зміївський, Чугуївський
1	місто Харків, Харківський

Перший кластер, куди входять м. Харків та Харківський район, характеризується найвищими середніми значеннями з кількості таборів, кількості місць у них та кількості оздоровлених дітей, тобто за всіма показниками.

Найчисельніший п'ятий кластер, куди входять дванадцять районів області, характеризують найгірші значення за кількістю таборів та оздоровлених в них дітей, і посідає передостаннє місце за кількістю місць в таборах, що видно з табл. 6.2.

Таблиця 6.2 - Середні значення нормованих рівнів розвитку дитячих оздоровчих закладів в районах Харківської області в 2000 р. для виділених кластерів

Показники	Кластер					
	1	2	3	4	5	6
Кількість таборів	2,907	-0,051	1,874	0,466	-0,514	-0,468
Кількість місць	2,453	2,124	-0,390	-0,528	-0,515	-0,067
Оздоровлено дітей	3,037	1,202	0,353	-0,289	-0,515	-0,212

Як уже було викладено раніше, за цими ж ознаками (кількість таборів, кількість місць у них та кількість оздоровлених дітей в таборах) необхідно також згрупувати райони Харківської області за 2009 р.

Після виконаних процедур за допомогою комп'ютерної програми «Statistica» версії 6.0, одержані наступні результати (рис. 6.8 – 6.11, табл. 6.3 -6.4).

Як показав аналіз (рис. 6.8-6.12) найдоцільнішим є виділення п'яти кластерів, тобто необхідно згрупувати райони Харківської області за мірою їх подібності у п'ять груп, що і було зроблено з використанням методу *k*-середніх. Таким чином, в залежності від рівнів розвитку дитячих оздоровчих закладів у 2009 р. було згруповано райони Харківської області в п'ять кластерів.

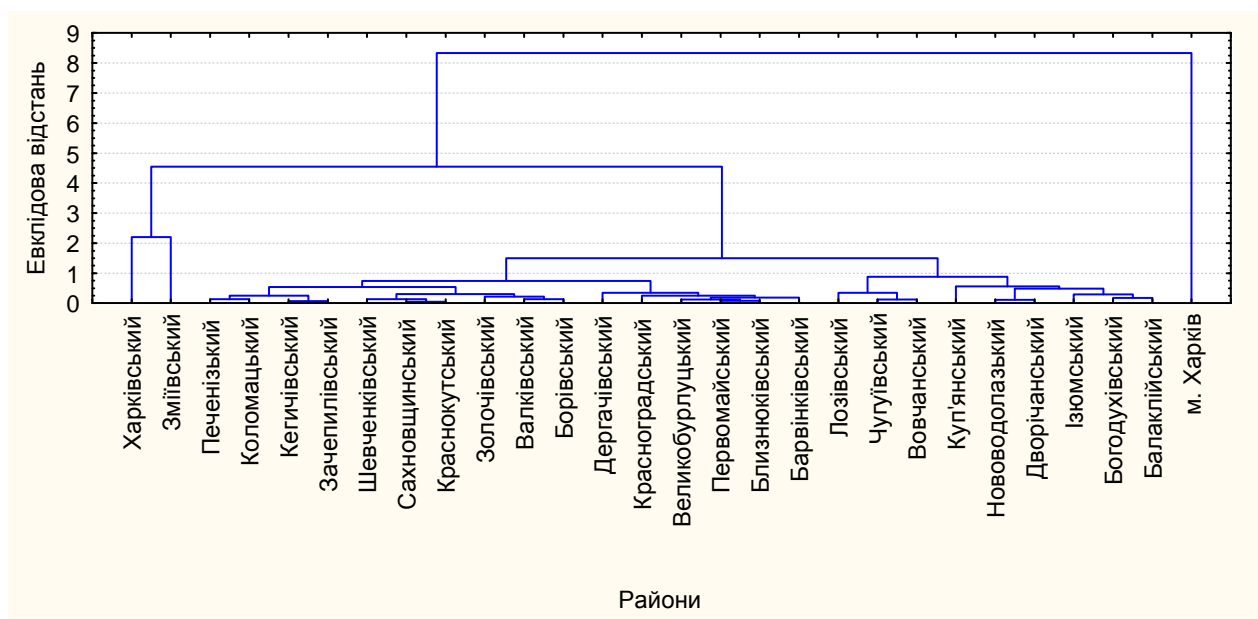


Рис. 6.8 - Дендрограма ієрархічної класифікації районів Харківської області в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів у 2009 р. з використанням методу дальнього сусіда

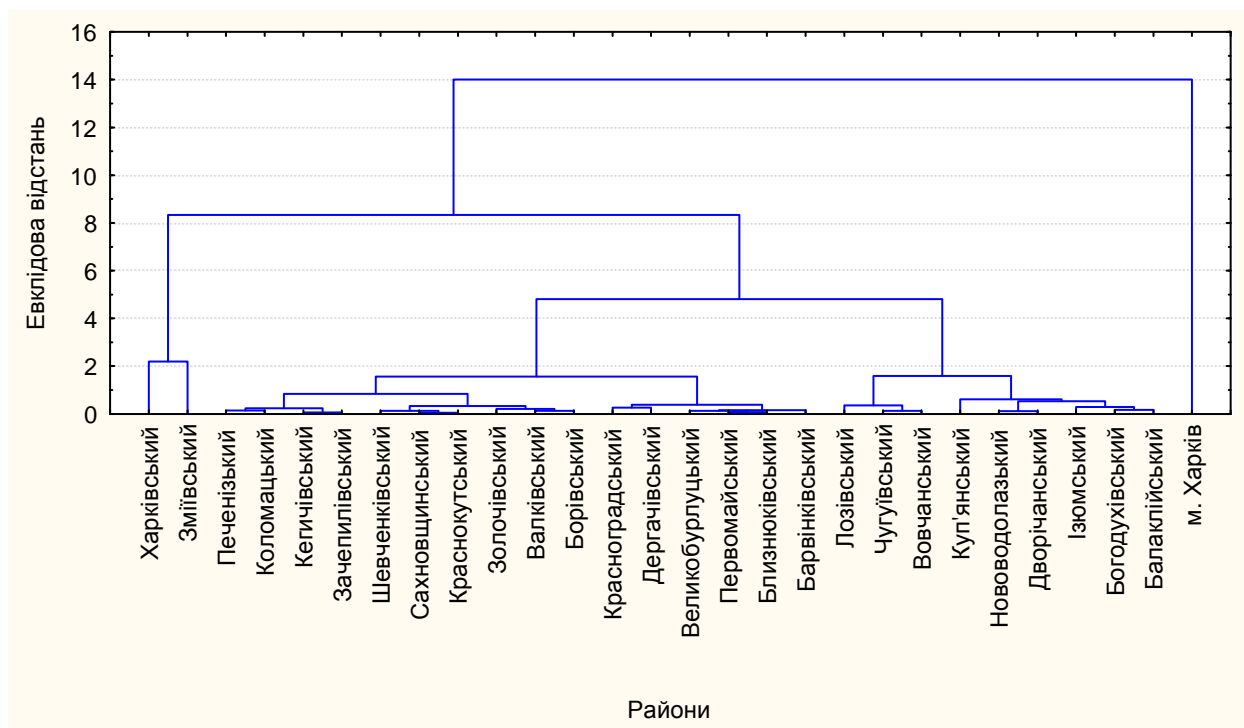


Рис. 6.9 - Дендрограма ієрархічної класифікації районів Харківської області в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів у 2009 р. з використанням методу Уорда

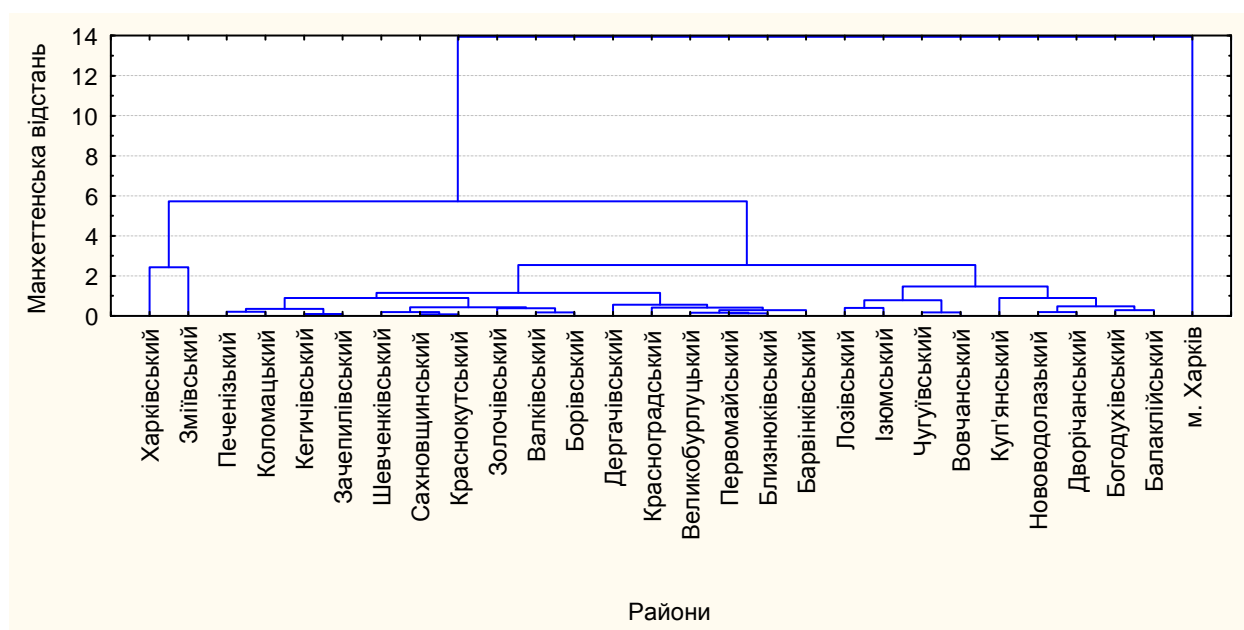


Рис. 6.10 - Дендрограма ієрархічної класифікації районів Харківської області в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів у 2009 р. з використанням методу дальнього сусіда

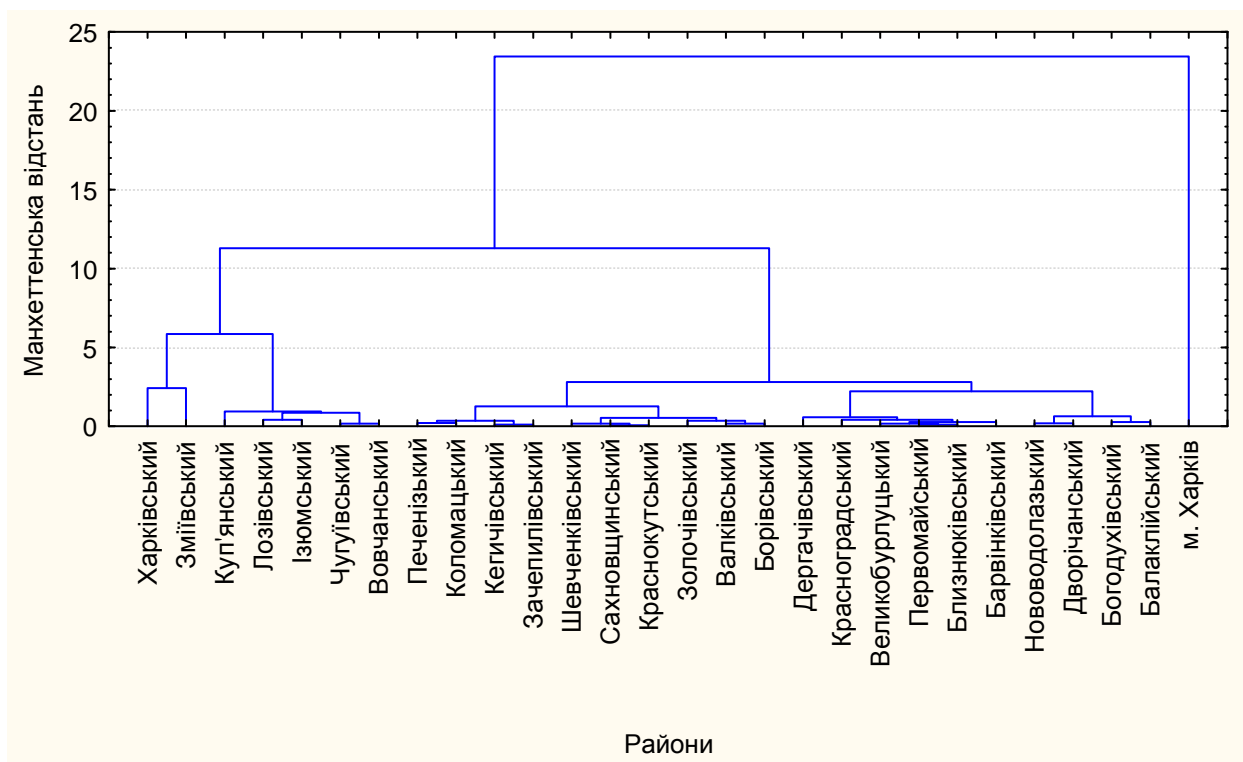


Рис. 6.11 - Дендрограма ієрархічної класифікації районів Харківської області в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів у 2009 р. з використанням методу Уорда

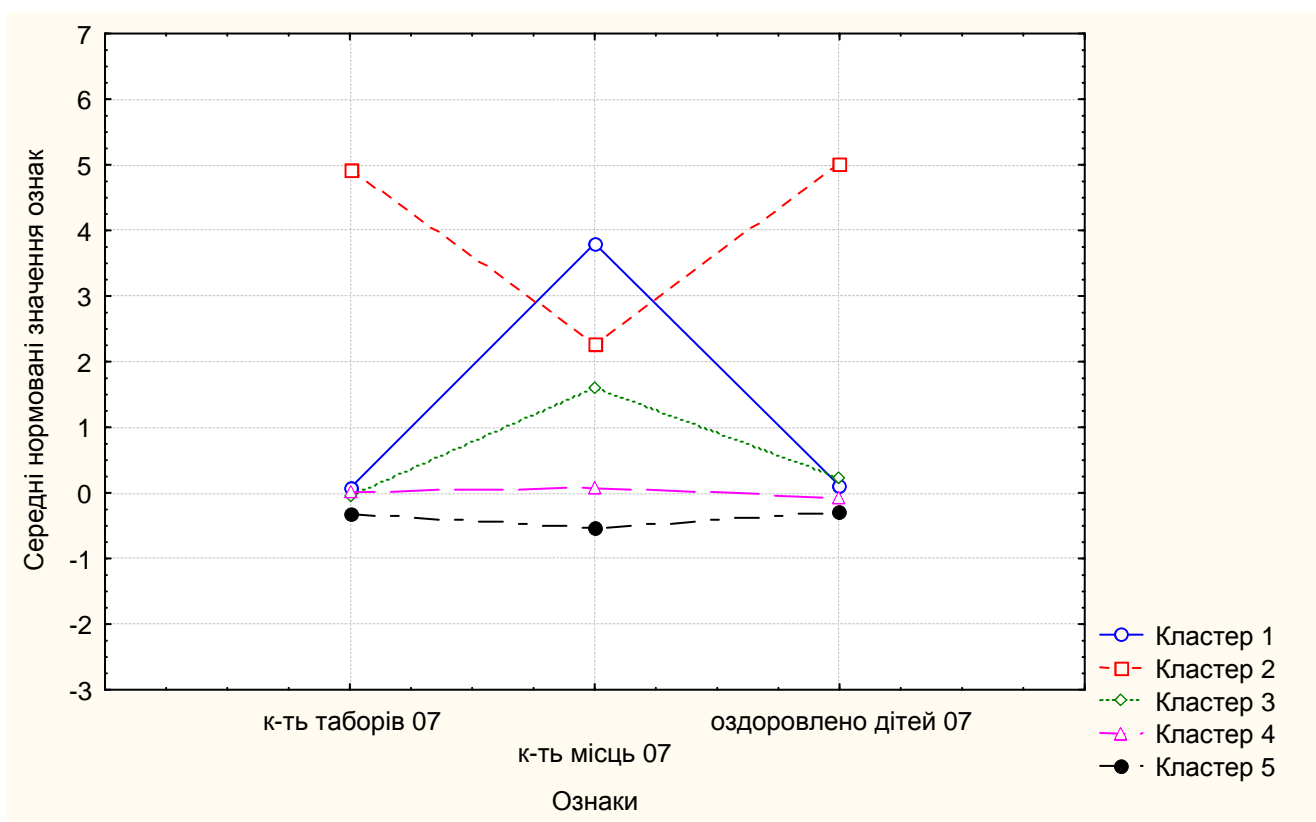


Рис. 6.12 - Середні рівні розвитку дитячих оздоровчих закладів у районах Харківської області в 2009 р. для виділених кластерів

Таблиця 6.3 - Групування районів Харківської області в 2009 р. в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів

Група регіонів	Регіони
5	Барвінківський, Близнюківський, Борівський, Валківський, Великобурлуцький, Дергачівський, Зачепилівський, Золочівський, Кегичівський, Коломацький, Красноградський, Краснокутський, Первомайський, Печенізький, Сахновщинський, Шевченківський
4	Балаклійський, Богодухівський, Вовчанський, Дворічанський, Ізюмський, Куп'янський, Лозівський, Нововодолазький, Чугуївський
3	Зміївський
2	місто Харків
1	Харківський

Таблиця 6.4 - Середні значення нормованих рівнів розвитку дитячих оздоровчих закладів в районах Харківської області в 2009 р. для виділених кластерів

Показники	Кластер				
	1	2	3	4	5
Кількість таборів	0,072	4,930	-0,030	0,013	-0,318
Кількість місць	3,803	2,264	1,608	0,072	-0,520
Оздоровлено дітей	0,109	5,009	0,232	-0,078	-0,290

В залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів у 2009 р. райони Харківської області були згруповані наступним чином. Харківський район, який входить до першого кластера, має найвищий показник за такою ознакою як кількість місць в таборах. Другий кластер, до складу якого входить місто Харків характеризується найкращими середніми показниками за першою та третьою ознаками, тобто в залежності від кількості таборів та кількості оздоровлених дітей. Найчисельнішому - п'ятому кластеру (до якого входять 16 районів області) відповідають найгірші середні значення за всіма показниками.

Після проведеного змістовного аналізу, видно, що місто Харків, Харківський, Чугуївський та Зміївський райони як у 2000 р., так і в 2009 р. відносяться до кластерів з найвищими середніми значеннями показників.

Зважаючи на одержані групування районів Харківської області в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів, можна передбачити та запобігти виникнення ситуацій дефіциту надання послуг у дитячих оздоровчих закладах в одних районах і надлишку в інших та вжити дієвих заходів щодо їхнього врівноваження. Одним із можливих прикладів таких заходів може бути формування та поступове вдосконалення інфраструктури ринку, яка відповідатиме регіональній та галузевій структурі попиту та пропозиції області та сприятиме сталому розвитку країни.

Для більш повного та комплексного дослідження ринку в регіональному розрізі бажано було б не лише згрупувати райони Харківської області в залежності від рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів, але й ранжувати їх, тобто мати змогу провести порівняльний аналіз районів області за тими ж ознаками, за якими побудована класифікація з використанням кластерного аналізу.

Скориставшись результатами даного комплексного дослідження, можна доручити спеціалістам галузі сформулювати напрямки державного регулювання, серед яких одним із важливих напрямків має бути допомога депресивним районам.

Доцільно розробити комплекс заходів щодо розміщення та структури дитячих оздоровчих закладів у районах області в залежності від рівнів попиту та пропозиції на послуги дитячих оздоровчих закладів. Все це сприятиме сталому розвитку туризму.

Результати дослідження можуть бути використанні для різних аналітичних та прогностичних цілей, зокрема для передбачення та зведення до мінімуму наслідків дисбалансу попиту та пропозиції дитячих оздоровчих закладів як в регіональному розрізі, так і в масштабах усієї країни; а також при розробці заходів щодо вдосконалення інфраструктури районів. Також можна на основі

одержаних результатів проводити міжрайонні і міжрегіональні, а при необхідності за аналогічною методикою і динамічні порівняння.

Таким чином, одержана комплексна оцінка регіональної однорідності запропонована для удосконалення стратегії розвитку і планування рівня розвитку дитячих оздоровчих закладів як окремих районів, так і області в цілому.

Контрольні запитання для самодіагностики:

1. З'ясування сутності аналізу та характеристика його основних етапів.
2. Характеристика мети та об'єкта моделювання.
3. Аналіз та інтерпретація результатів моделювання.
4. Формулювання принципів моделювання.
5. Характеристика цілей факторного аналізу та підходів до його реалізації.
6. Аналіз критеріїв відбору факторів.
7. Аналіз головних компонент.
8. Інтерпретація факторів на основі аналізу їх кореляційного зв'язку зі змінними.
9. Факторний аналіз R-типу та Q-типу, особливості використання і специфіка.
10. Характеристика принципів регресійного та кореляційного аналізу.
11. Аналіз типів моделей взаємозв'язку.
12. Інтерпретація одержаних результатів, у тому числі інтерпретація коефіцієнтів регресії.
13. Перевірка адекватності побудованих моделей.
14. Оцінка вірогідності результатів регресійного аналізу.
15. Загальні принципи кластерного аналізу і поняття близькості між об'єктами.

16. Оцінка надійності результатів класифікації. Інтерпретація результатів класифікації.
17. Характеристика основних цілей та підходів до здійснення дискримінантного аналізу.
18. Аналіз алгоритму процедури дискримінантного аналізу та інтерпретація функцій дискримінації.
19. Основні поняття і логіка дисперсійного аналізу.
20. Розрахунок дисперсій за даними однофакторного дисперсійного комплексу.
21. У чому полягає основна ідея факторного аналізу?
22. З якою метою здійснюють обертання факторних осей?
23. Порівняльна характеристика факторного аналізу та методу головних компонент, переваги та недоліки.
24. Порівняльна характеристика стохастичного та детермінованого зв'язку.
25. У чому полягає проблема гетероскедастичності при проведенні кореляційно-регресійного аналізу?
26. Проблема мультиколінеарності при моделюванні взаємозв'язку.
27. Яким чином відбувається забезпечення інформаційної однорідності показників?
28. Використання результатів дискримінантного аналізу для класифікації об'єктів.
29. Порівняльна характеристика ієрархічних і неієрархічних процедур групування даних. Їх переваги та недоліки.
30. У чому полягають проблеми, що пов'язані з класифікацією?

ТЕМА 7. КОН'ЮНКТУРНЕ ОЦІНЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО РИЗИКУ

7.1. Сутність та класифікація ризиків, пов'язаних із діяльністю підприємств туристської індустрії

7.2. Характеристика індикаторів ризику

7.3. Класифікація методів оцінки та аналізу ризику

7.4. Методи зменшення ризиків

7.1. Сутність та класифікація ризиків, що пов'язані із діяльністю підприємств туристської індустрії

Ризик – це імовірна загроза програти на ринку, наприклад, не продати товар, не одержати запланований прибуток, понести прямі чи непрямі збитки, бути усуненим з ринку тощо.

Ризик являє собою складне явище, яке нерозривно пов'язане з ринковими процесами, загальною економічною кон'юктурою, соціально-психологічним становищем і, навіть, психологією ринкових партнерів.

Для кон'юнктурних досліджень дуже важливою є сама можливість оцінки ризику, виміру його сили та наслідків. Зрозуміло, що без оцінки ризику складно, а іноді просто неможливо управляти підприємством у ринкових умовах та прогнозувати розвиток ринкової ситуації. Ризик обумовлений невизначеністю досягнення бажаного результату, оскільки діє безліч кон'юктуроутворюючих факторів, у тому числі і випадкових. Це пояснюється тим, що ризик представляє собою імовірнісну, стохастичну категорію, яка не піддається безпосередньому виміру, але дає змогу непрямой оцінки можливого та допустимого ризику.

Оскільки на підприємницьку діяльність впливає чимала кількість непередбачуваних чи важко передбачуваних факторів, тому ніколи на сто відсотків не вдається застрахуватися від ризику та його наслідків. Але, за

умови, високої ефективності управлінської діяльності на підприємстві та управлінської майстерності керівництва підприємства, ризик можна передбачити та спрогнозувати. Необхідно лише знати рівень допустимого ризику та ймовірність програти у ринковій боротьбі. Зважаючи на це, до задач кон'юнктурного дослідження відносять визначення ймовірності ризику, вимір його інтенсивності та знаходження основних факторів ризику.

При аналізі економічної кон'юнктури найчастіше виділяють два рівні ризику: допустимий ризик, тобто той, який неможливо запобігти та надмірний, недопустимий ризик.

Основною метою дослідження факторів ризику є виявлення та пояснення причин, які призвели до ситуації, що пов'язана із появою ризику. Основними умовами та факторами ризику є наступні:

- ринкова ситуація;
- наявність (відсутність) конкурентів, рівень конкурентоспроможності;
- ступінь заповнюваності портфелю замовлень;
- рівень попиту, збалансованість попиту та пропозиції;
- наявність та ефективність маркетингової та консалтингової служби;
- фінансова стійкість підприємства.

Як уже було сказано вище, ризик являє собою ймовірність виникнення збитків або недоодержання доходів та прибутку галуззю чи підприємством.

Ефективність управління ризиками в певній мірі визначають класифікацією ризиків, оскільки вона дає змогу визначити характер можливих наслідків.

Класифікація ризиків – це їхня диференціація на певні групи за критеріями досягнення поставлених цілей.

В табл. 7.1 наведені основні критерії класифікації ризиків.

Найчастіше використовують класифікацію ризиків за рівнем можливого результату, поділяючи ризики на чисті та спекулятивні.

Чисті ризики являють собою ситуацію, яка передбачає лише два варіанти: або фінансові збитки, або їх відсутність, але не виграш. До чистих ризиків

можна віднести природні, екологічні, політичні, транспортні ризики, а також частину комерційних ризиків. Чисті ризики можна розділити на прямі (наприклад, вартість втраченого майна) та на ті, що витікають із прямих (наприклад, витрати підприємства через невиконання зобов'язань перед партнером тощо).

Таблиця 7.1 - Класифікація ризиків в галузі туристської індустрії

Принципи класифікації ризиків		
За масштабом прояву	В залежності від їхньої основної причини виникнення	За рівнем можливого результату
Мегарівень (світовий рівень)	Природні ризики, в тому числі: стихійні лиха та інші катаклізми	Чисті ризики
Макрорівень (рівень країни)	Екологічні ризики, зокрема техногенні катастрофи в результаті діяльності людства	Спекулятивні ризики
Мезорівень (рівень регіону чи галузі)	Політичні ризики	
Мікрорівень (рівень підприємства)	Комерційні ризики, в тому числі: а) виробничі; б) фінансові.	

Спекулятивні ризики, на відміну від чистих, із певною ймовірністю одержання збитків все - таки передбачають і можливість виграшу. Прикладом спекулятивних ризиків є фінансові, які, в свою чергу, є частиною комерційних ризиків.

Для підприємств індустрії гостинності особливо характерною є класифікація ризиків в залежності від джерел їхнього прояву (табл. 7.2).

I. Зовнішні ризики – це ризики, які впливають на діяльність і розвиток підприємств туристської індустрії. І хоча впливають вони опосередковано, але цей вплив носить чималий та домінуючий характер.

Найхарактернішими суб'єктами, що являють першопричину зовнішніх ризиків є наступні: природа, уряд, різні органи управління, споживачі та інші.

Зважаючи на зазначені вище суб'єкти, зрозуміло, що прояв деяких ризиків важко або, навіть, неможливо передбачити та запобігти.

Таблиця 7.2 - Характеристика ризиків в діяльності підприємств туристської індустрії в залежності від джерел їхнього прояву

I. Зовнішні ризики	II. Внутрішні ризики
1. Політичні ризики, в тому числі: а) ризик зміни внутрішньополітичної ситуації в країні; б) ризик змін в законодавстві	1. Виробничі ризики, в тому числі: а) ризик пошкодження та виходу з ладу основних засобів; б) ризик, що пов'язаний із введенням в діяльність нових технологій
2. Природні ризики	2. Ризик утраченої вигоди
3. Ризики, що пов'язані із попитом	3. Селективний ризик
4. Фінансові ризики, в тому числі: а) інфляційні; б) валютні.	

З метою більш повного розуміння всієї сукупності ризиків, які мають місце по відношенню до результатів діяльності підприємств гостинності необхідно більш детально проаналізувати основні групи ризиків.

1. Характеристика політичних ризиків:

- пов'язані з політичною ситуацією в регіоні чи країні, а також безпосередньо діяльністю представників владних структур;
- на розвиток підприємств туристської індустрії також мають вплив зміни в законодавстві безпосередньо не пов'язані з індустрією туризму, але які мають значний вплив на розвиток подій в даній галузі діяльності;
- ризик в зміні законодавства інших країн може чинити певний вплив на туристську галузь та на діяльність підприємств туріндустрії;
- наслідком ризику зміни законодавства може стати інфляційний, валютний та дефляційні ризики, що в результаті призведе до зниження покупної спроможності.

2. Характеристика природних ризиків:

- настання природних ризиків неможливо точно передбачити та повністю попередити;
- ці ризики принципово не пов'язані і не залежать від діяльності людини, а тому запобігти їм практично неможливо;

- можливо лише зменшити всі негативні наслідки, які є результатом природних ризиків;
- необхідно проводити глибокий та детальний аналіз стану території в динаміці з виявленням частоти прояву таких ризиків;
- прийняття відповідних адміністративних рішень, які запобігатимуть, якщо це можливо, або сприятимуть зменшенню наслідків природних ризиків.

3. Характеристика ризиків, що пов'язані із попитом:

- цей вид ризику є найтипівішим, який в першу чергу непокоїть керівника та менеджерів підприємств туристської індустрії;
- залежить від платоспроможності клієнта;
- важливе значення має конкурентоспроможність підприємства (галузі, країни).

4. Характеристика фінансових ризиків:

- з'являється під час росту інфляції;
- наявні грошові доходи обезцінюються з точки зору покупної спроможності швидше, ніж зростають доходи населення;
- для туристської індустрії та її підприємств поява та акумуляція цього виду ризику може стати критичною, оскільки при цьому відбувається спад попиту на відповідні послуги;
- необхідно оцінювати аналогічний ризик також щодо «постачальника» туристів.

II. Внутрішні ризики – це ризики, які виникають у результаті діяльності туристського підприємства чи є наслідком його функціонування. Майже завжди внутрішні ризики залежать від прийнятих управлінських рішень. У той же час, на відміну від зовнішніх ризиків, внутрішні – є більш доступними для прогнозування, розробки заходів та методів щодо їх запобігання.

1. Характеристика виробничих ризиків:

- є досить характерними для підприємств туристської індустрії;
- у зв'язку із швидкими темпами розвитку підприємств гостинності,

зокрема-зміною технології, впровадженням результатів науково-технічного прогресу; виробничі ризики носять надзвичайно актуальний характер.

2. Характеристика ризику утраченої вигоди:

- типовим є настання непрямого фінансового збитку, наприклад, неодержання прибутку, через нездійснення підприємством певного заходу, у тому числі прогнозування, страхування інвестування тощо.

3. Характеристика селективних ризиків:

- ризики неправильного вибору способу вкладення капіталу;
- необхідно враховувати і оцінювати фактор часового лагу;
- неможливо однозначно оцінити міру можливого селективного ризику.

Підсумовуючи сказане вище, можна прийти до наступного висновку: ризики в галузі гостинності існують не автономно, вони в тій або іншій мірі взаємопов'язані і являють систему із сильними та слабкими зв'язками, які можуть проявлятися у вигляді ланцюгової реакції, коли настання одного ризику може спричинити появу іншого чи інших ризиків. Зважаючи на це, при аналізі ризиків в діяльності підприємств туристської індустрії і розвитку їхнього внутрішнього виробничого потенціалу, необхідно враховувати принцип їх зв'язку з елементами зовнішнього середовища і всебічно оцінювати прийняття управлінських рішень, здійснювати прогнозування розвитку галузі чи підприємства як єдиної, цілісної системи явними та латентними зв'язками.

7.2. Характеристика індикаторів ризику

При оцінці ринкової кон'юнктури та інших індикаторів ділової активності, використовують ряд характеристик і критеріїв ризику. Ключовими ринковими індикаторами та критеріями ризику виступають такі:

- стійкість (нестійкість) ринку;
- швидкість та тенденції росту (спаду) ринку;
- конкурентоспроможність та інтенсивність конкуренції;

- кредитоспроможність підприємства;
- стан маркетингу та менеджменту підприємства;
- технічна забезпеченість і розвиток інфраструктури;
- позиція в ринковому циклі.

Надзвичайно важливою ознакою і фактором ризику є ступінь стійкості (коливальності) ринку. За умови інших рівних умов, чим вище коливальність ринкових показників, тим вище рівень ризику. В якості індикаторів ризику можна використовувати показники варіації.

До інших критеріїв ризику відносять: динамічні показники зміни ринку, зокрема, тенденції, швидкість і вектор розвитку ринку. В даному випадку індикаторами ризику виступають темпи росту та інші показники та моделі динаміки підприємства. Чим швидше розвивається підприємство та ринок в цілому, тим меншою є імовірність ризику.

Індикатором ризику вважають оцінку інтенсивності конкуренції. Необхідно визначити тип конкурентного ринку, кількість, розмір і потужність конкуруючих постачальників та покупців, частку ринку, яку контролює підприємство. Чим вищою є конкуренція, більшою є частка підприємства, інтенсивнішою є конкуренція, тим вище рівень ризику.

Наступними індикаторами ризику вважаються такі показники. По-перше, кредитоспроможність підприємства, оскільки успіх чи невдача підприємства залежать від його кредитоспроможності; від того, яким чином підприємство зможе одержати вільні й залучені кошти. По-друге, підприємство, яке має розвинену інфраструктуру, має більше шансів на успіх. По-третє, результат ринкової діяльності в значній мірі залежать від умілого керівництва, від впровадження принципів і методів маркетингу тощо. По-четверте, важливо знати, який цикл ринкової кон'юнктури є характерним для даного ринку (криза, депресія, пожвавлення чи підйом).

7.3. Класифікація методів оцінки та аналізу ризику

Аналіз ризику полягає в дослідженні причин, які обумовлюють необхідність ризикувати на ринку і характеристики рівня ризику. Під рівнем ризику розуміють ймовірність невдачі на ринку та розмір можливих втрат. При аналізі ризику можна використовувати економіко-математичний, економіко-статистичний інструментарій теорії ігор, яка являє собою механізм, що дозволяє оцінити конкурентну ситуацію, обрати оптимальну стратегію ринкової діяльності з метою мінімізації можливих втрат.

В кон'юнктурному аналізі використовують декілька методів оцінки та прогнозування ризику (рис. 7.1). Так, на основі статистичних розрахунків базується оцінка ймовірності ризику, яка здійснюється з використанням ймовірнісних методів, які ґрунтуються на теорії прийняття рішень чи теорії ігор. Але найбільш розповсюдженою методикою є методика експертних оцінок. В практичній діяльності застосовують бальну методику оцінки ризику. Досить часто використовують інтуїтивну оцінку ризику, в основі якої лежить досвід та талант аналітика.

В процесі вивчення ризику будують модель аналізу ризику, яка передбачає чотири послідовних етапи:

- 1) розробляють список потенційно можливих небажаних подій із зазначенням заходів щодо їх запобігання та контролю. Цей крок за своєю методологією нагадує SWOT - аналіз;
- 2) розробляють перелік факторів ризику і їх комбінацій. Можлива побудова математичної моделі невизначеності дій, обирають її тип;
- 3) визначають якісні й кількісні показники ризику;
- 4) розробляють експертну систему оцінки ризиків.

Не дивлячись на високий рівень невизначеності, кожний вид ризику може отримати відповідну кількісну оцінку. Ризик має математично виражену ймовірність настання втрати, яка базується на статистичних даних і може бути розрахована з достатньо великим ступенем точності.



Рис. 7.1 - Класифікація методів оцінки та аналізу ризику

Для того, щоб кількісно визначити величину ризику, необхідно знати всі можливі наслідки певної дії та ймовірність самих наслідків. Ймовірність означає можливість отримання конкретного результату. По відношенню до економічних задач методи теорії ймовірностей зводяться до визначення значень ймовірностей настання подій і до вибору з усіх можливих подій найбільш привабливої, виходячи з найбільшої величини математичного сподівання.

Тобто, математичне сподівання будь-якої події дорівнює добутку абсолютного значення цієї події та ймовірності її настання.

Приклад. Маємо два варіанти вкладення капіталу. Встановлено, що при вкладенні капіталу в проект “А” – очікується отримання прибутку в розмірі 3000 грн., що має ймовірність 0,26, а при вкладенні у проект “В” – отримання прибутку у розмірі 3200 грн., що має ймовірність 0,2. Тоді очікуване отримання прибутку від вкладення капіталу (тобто математичне сподівання) за проектом “А” буде становити – 780 грн. ($3000 \times 0,26$); за проектом “В” – 640 грн. ($3200 \times 0,2$).

Ймовірність настання події може бути визначена об’єктивним чи суб’єктивним методом.

Об’єктивний метод визначення ймовірності побудований на визначенні частоти, з якою відбувається дана подія. Якщо відомо, що при вкладенні капіталу в будь-яку справу прибуток у розмірі 3000 грн. був отриманий у 26 випадках зі 100, то ймовірність такого прибутку складе 0,26 ($26 : 100$).

Суб’єктивний метод визначення ймовірності заснований на використанні

суб'єктивних критеріїв, які базуються на різноманітних припущеннях. До таких припущень можуть належати: думка особи, що оцінює, її особистий досвід, оцінка експерта, думка фінансового консультанта тощо. Коли ймовірність визначають суб'єктивно, то різні особи можуть встановлювати різне значення для однієї і тієї ж події і, відповідно, здійснювати свій власний вибір.

Прийом експертної оцінки представляє собою комплекс логічних та математично-статистичних методів та процедур, які пов'язані з діяльністю експерта з переробки інформації, що необхідна для аналізу та прийняття рішень. Прийом експертної оцінки заснований на використанні здатності спеціаліста (його знань, умінь, досвіду, інтуїції тощо) приймати потрібне, найбільш ефективне рішення.

Величину ризику (ступінь ризику) вимірюють за допомогою двох категорій:

- середньоочікуваного значення;
- коливання (змінюваність) можливого результату.

Середньоочікуване значення – це значення величини події, яке пов'язане з невизначеною ситуацією. Середньоочікуване значення є середньозваженим для всіх можливих результатів, де ймовірність кожного результату використовують в якості частоти або ваги відповідного значення. Середньо-очікуване значення показує результат, на який сподіваються в середньому. Так, якщо відомо, що при вкладенні капіталу в проект “А” зі 100 випадків прибуток у розмірі 3000 грн. було отримано в 26 випадках (ймовірність 0,26), прибуток в розмірі 2580 грн. було отримано в 48 випадках (ймовірність 0,48), прибуток у розмірі 1790 грн. було отримано в 26 випадках (ймовірність 0,26), то середній очікуваний прибуток становить 2483,8 грн. ($3000 \times 0,26 + 2580 \times 0,48 + 1790 \times 0,26$). Аналогічно встановлено, що при вкладенні капіталу в проект “В” середній прибуток склав теж 2483,8 грн. ($3200 \times 0,2 + 2573 \times 0,6 + 1500 \times 0,2$).

Порівнюючи дані за окремими інвестиційними проектами, можна побачити, що розраховані величини доходів з проекту “А” коливаються в межах від 1790 до 3000 грн. при сумі очікуваних доходів у цілому 2483,8 грн.,

по проекту “В” сума очікуваних доходів в цілому також складає 2483,8 грн., однак їх коливання здійснюється в діапазоні від 1500 до 3200 грн. Навіть таке просте співпадання дозволяє зробити висновок про те, що ризик реалізації інвестиційного проекту “А” значно менший, ніж проекту “В”, де коливання розрахованого доходу вище.

Чисельне значення цього коливання характеризує показник середньоквадратичного відхилення (σ), яке розраховують за формулою:

$$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n (\varepsilon - \varepsilon_R)^2 \times P_i}, \text{ де}$$

де: t – число періодів;

n – число спостережень;

ε – розрахунковий дохід по проекту при різних значеннях кон’юнктури;

ε_R – середній очікуваний дохід за проектом;

P_i – значення ймовірності, що відповідає розрахунковому доходу.

Наступним показником, що дозволяє оцінити ризик, є коефіцієнт варіації.

Коефіцієнт варіації – відносна величина, тому на її розмір не впливають абсолютні значення показника, якого вивчають. За допомогою коефіцієнта варіації можна порівнювати навіть коливальність ознак, які виражені в різних одиницях виміру. Коефіцієнт варіації може змінюватись від 0 до 100 %. Чим більший коефіцієнт, тим більша коливальність. Установлена наступна якісна оцінка різних значень коефіцієнта варіації:

- до 10 % – слабкий рівень коливання;
- 10 – 25 % – помірний рівень коливання;
- більше 25 % – високий рівень коливання.

Розрахунок коефіцієнта варіації здійснюють за формулою:

$$V_{\sigma} = \frac{\sigma}{\varepsilon_R} 100 \%.$$

Можна також застосувати дещо спрощений метод визначення ступеню ризику. Кількісно ризик характеризується його оцінкою ймовірної величини максимального та мінімального доходів. При цьому, чим більший діапазон між

цими двома величинами при їх рівній ймовірності, тим більшим є ступінь ризику.

Крім методу експертних оцінок застосовують також аналітичний метод оцінки ризику і метод проведення аналогій.

Аналітичний метод дозволяє визначити ймовірність ризиків на підставі власної інформаційної бази. Так, за допомогою аналітичних розрахунків, використовуючи дані бухгалтерської звітності та управлінського обліку, можна встановити ймовірність ризику втрати майна, ризику неплатоспроможності тощо.

Метод проведення аналогії багато в чому подібний до аналітичного, але забезпечує меншу точність. Він ґрунтується на тотожності природи окремих господарських (фінансових) операцій підприємства. Наприклад, на підставі аналізу платоспроможності партнерів встановлено, що в середньому 15 % з них не виконують своїх зобов'язань, унаслідок чого ймовірність виникнення комерційного ризику щодо будь-яких операцій купівлі-продажу також приймають на рівні 15 %. Крім визначення ймовірності ризику, метод проведення аналогії може використовуватися для прогнозування ризику зміни цін та інфляційних процесів.

Оцінка (аналіз) ризику починають з виявлення його джерел і причин. При цьому важливо визначити, які джерела є переважаючими, щоб на них зосередити аналіз.

Найбільш простішим в ризик-менеджменті є аналіз чуттєвості.

Під аналізом чуттєвості розуміють простий, приблизний аналіз з багатьма припущеннями. Його проведення вимагає мінімальної первинної інформації.

Аналіз чуттєвості дозволяє:

- перевірити чуттєвість результативної величини (прибутку, чистої теперішньої вартості) по відношенню до зміни однієї із змінних величин;
- перевірити, які змінні є найбільш важливими (тобто є джерелами ризику);

- визначити критичні значення змінних;
- визначити допустимі зміни значень змінних.

Порядок проведення аналізу чуттєвості наступний:

- визначають усі змінні параметри з їх очікуваною чистою теперішньою вартістю (базова ЧПВ);
- по черзі змінюють значення кожної змінної, яку аналізують (припускаючи, що всі інші залишаються незмінними) на будь-який фіксований %;
- розраховують показник відношення приросту прибутку (після зміни змінної) до базової величини прибутку (даний показник, який вимірюють у відсотках і є показником чуттєвості результативної ознаки (прибутку) до варіації факторних ознак (змінних параметрів);
- аналогічно визначають фактори чуттєвості за іншими змінними.

Даний аналіз дозволяє визначити фактори, зміна яких може здійснити значний вплив на результати діяльності підприємства.

Для прийняття рішення щодо управління ризиками після проведеного аналізу чуттєвості, доцільно користуватися матрицею чуттєвості та важливості, а також правилами рішень в даній матриці.

З метою оцінки ймовірності ризику використовують методику, в основі якої лежить теорія статистичних рішень. Так, статистична модель ризику передбачає визначення частоти виникнення певного рівня втрат і визначається за такою формулою:

$$f^0 = n^I / n_{\text{заг.}},$$

де f^0 – частота виникнення деякого рівня втрат;

n^I – кількість випадків настання даного рівня втрат;

$n_{\text{заг.}}$ – загальна кількість випадків в даній вибірковій сукупності, включаючи і успішно здійснені операції даного виду.

В кон'юнктурному аналізі існує поняття зон ризику, тобто меж, в яких ризик не перевищує певних величин. Межі ризику визначають величиною середнього рівня ризику (R). В табл. 7.3 наведені межі зон ризику.

Таблиця 7.3 - Шкала меж ризику

Межа зони ризику	0	0,1-2,5	2,5-5,0	5,0-7,5	7,5-10
Зона ризику	Безризикова	Мінімальна	Підвищена	Критичного	Недопустимого

Безризикову зону характеризує відсутність якої б то не було втрати для підприємця із гарантією одержання, як мінімум, планового прибутку. Зона мінімального ризику характеризує рівень втрат від 0 до 25%. Підвищена зона ризику мусить забезпечити, як мінімум, затрати. Втрати не повинні перевищити розмір прибутку, підвищений ризик знаходиться в межах 25-50%. У зоні критичного ризику втрати становлять 50-75%, але вони не повинні перевищувати загальної величини валового прибутку підприємства. Недопустимий ризик дорівнює втратам, які приблизно дорівнюють розміру власних засобів підприємства. Таке підприємство є близьким до банкрутства.

Бальний метод оцінки ризику використовують досить часто, враховуючи його відносну простоту. Схематично даний метод аналізу застосовують у такій послідовності.

1. На основі показників, які характеризують критерії ризику, спеціально підібраними експертами виставляють бали.

2. Кожен ризик (R_i) описують певною кількістю факторів (критеріїв ризику).

3. Значення факторів ранжують за рівнем ймовірного ризику і нормують, тобто кожному з них присвоюються певний бал (B_i) (від 1 до 10).

4. З урахуванням рівня ризику, кожному фактору експертним шляхом присвоюються вагу (W_i), яка відображає частку впливу даного фактора в загальній величині ризику. Суму вагових часток прирівнюють до одиниці. Відсутність певного фактора - оцінюють як нуль.

5. Бал фактора перемножують на відповідну вагу, а сума, яку одержують, дорівнює величині ризику:

$$R = B_1W_1 + B_2W_2 + B_3W_3 + \dots + B_{n-1}W_{n-1} + B_nW_n.$$

Чим ближче R до одиниці, тим ризик є меншим; чим він ближчий до 10, тим ризик – вищий.

Приклад розрахунку рівня ризику підприємства наданий в табл. 6.4. У цьому прикладі обрано десять критеріїв ризику. Експертним шляхом визначені кон'юнктурні оцінки факторів, а також кожному з них присвоєний відповідний бал, який характеризує рівень ризику за рахунок даного фактора та вагу, яка відображає рівень ризику за рахунок даного фактора щодо формування ринкової ситуації.

Таблиця 7.4 - Розрахунок рівня ризику

Фактори (критерії) ризику	Кон'юнктурна оцінка	Бал, B_i	Вага W_i	$B_i W_i$
Місткість ринку	Значна	2	0,20	0,40
Тенденція попиту і його стійкість	Нестійкий спад із уповільненням	7	0,20	1,40
Конкурентоспроможність нового товару фірми	Висока	2	0,15	0,30
Інтенсивність конкуренції	Середня	5	0,10	0,50
Фінансове становище та кредитоспроможність	Задовільна	4	0,08	0,32
Забезпеченість виробництва матеріалами	Нормальна	3	0,08	0,24
Надійність дистриб'юторів, рівень сервісу	Достатня	3	0,06	0,18
Якість роботи маркетингової служби	Добра	3	0,06	0,18
Збут та продаж старого товару фірми	Успішна	2	0,04	0,08
Імідж підприємства	Висока	1	0,03	0,03
ВСЬОГО	-	-	1,00	3,63

Із табл. 7.4 видно, що середній рівень ризику оцінюється коефіцієнтом 3,63, а це означає, що підприємство знаходиться в зоні підвищеного, але допустимого ризику, на його нижній межі. Щодо цієї ситуації, то можна запропонувати обмежити інвестиції, посилити маркетингові заходи щодо просування товару, зокрема, посилити конкурентну боротьбу, розвернути інтенсивну рекламну кампанію, покращити сервіс і т. д.

Щодо методології експертних оцінок ризику, то використання методу аналогів, дає змогу обрати оптимальну ринкову стратегію і тактику серед альтернативних варіантів, за результатами статистичних спостережень в умовах невизначеності. Досить часто при оцінці ризику використовуються достатньо прості методи. До них можна віднести оцінки, які в залежності від поточної ринкової ситуації дають змогу співставити ризик втрат із капіталом, який належить підприємству тощо.

У кон'юнктурному аналізі також практикують дослідження фактора вразливості, під якою розуміють пошук і знаходження больових точок ринку підприємства, його слабкі місця, де спостерігається найбільш імовірна невдача в ринковій діяльності.

І. К. Біляєвський пропонує наступний перелік факторів вразливості (табл. 7.5).

Таблиця 7.5 - Фактори вразливості ринку

Фактори	Прояв	Наслідки
1	2	3
Явища моди	Вихід товару із моди, моральне старіння товару, цілеспрямовані дії конкурента із дискредитації товару	Прямі збитки (неможливість продати), скорочення обсягів продажу в результаті падіння попиту. Напрямі збитки в результаті необхідності розробки нового товару і додаткових інвестицій
Вузьке використання	Єдина модель, відсутність модифікацій	Обмеженість попиту
Технологічна залежність	Інноваційна обмеженість, необхідність прямувати за лідером	Обмеженість попиту, ймовірність морального та фізичного зносу
Єдина збутова мережа	Проблеми зі збутом, висока ймовірність конкуренції	Неможливість розширення продажу товару

Продовження табл. 7.5

1	2	3
Високий рівень капіталізації, обмеженість інвестицій	Неможливість використання оренди, лізингу, спільного володіння власністю, ймовірність інвестиційного колапсу	Висока ймовірність обмеження капітальних вкладів, оновлення потенціалу
Імідж обмеженості	Перехід на другорядні ролі в ринковій економіці	Проблеми одержання кредиту
Базування на неконтрольованих факторах	Високий рівень невизначеності розвитку ринку	Значний рівень стихійності розвитку, висока ймовірність незапланованих витрат

В результаті аналізу ризику можна виявити зону вразливості, яка найчастіше виявляється при низькому рівні управлінської діяльності, відсутності антикризового планування та прогнозування. Крім того, необхідно забезпечити проведення постійного моніторингу за кон'юктурою ринку і використовувати індикатори тривоги, наприклад, спад чи підйом попиту, зміна рівня рентабельності, зміна частки ринку тощо.

7.4. Методи зменшення ризиків

Існує декілька способів зменшення, тобто страхування ризиків, які представлені на рис. 7.2.

1. Страхування як запобігання ризику, не беручи участь у ризикованому заході. Досить часто відмова від здійснення певного заходу означає недоодержання підприємством іноді значної маси прибутку. Виникає необхідність в обґрунтованому управлінському рішенні, оскільки може простежуватися двохсторонній зв'язок. А тому, прогножуючи фінансову діяльність, необхідно всебічно відстежити та проаналізувати заходи, реалізація яких може негативно відобразитися на фінансових результатах підприємства.



Рис. 7.2 - Класифікація методів страхування ризиків підприємства туристської індустрії

2. Одержання додаткової інформації. Одержання додаткової інформації дає можливість побудувати більш точний прогноз, оскільки досить часто керівництву підприємства доводиться приймати рішення в умовах крайньої невизначеності, спираючись на вкрай обмежену, а іноді й суперечливу інформацію. Тому, чим повнішим буде інформаційне забезпечення, тим буде більше можливості зменшити величину потенційного ризику.

3. Диверсифікація діяльності підприємства. Завдяки диверсифікації можна зменшити ризик завдяки процесу розподілу капіталу між різними варіантами, які не мають спільних точок дотику. Метод диверсифікації – це розсіювання ризику взагалі і один із найбільш обґрунтованих і відносно менш затратомістких способів зменшення фінансового ризику. В той же час, необхідно розуміти, що диверсифікація дає змогу уникнути лише частини ризику, але не в зводі його уникнути взагалі, тобто звести до нуля, оскільки як на підприємницьку діяльність взагалі, так і на інвестування зокрема, також має вплив низка факторів, на які диверсифікація не може впливати.

4. Лімітування. Лімітування представляє собою встановлення певного ліміту, тобто певної суми витрат, кредиту тощо. Ліміт, що встановлюється підприємством буде різнитись в залежності від здійснюваних операцій і буде для кожної з них свій. При встановленні ліміту має бути врахована ціла низка факторів.

5. Страхування в страхових компаніях. Сутність страхування в страхових компаніях полягає в тому, що підприємство задля уникнення ризику, згодне відмовитися від частки своїх доходів і заплатити за зменшення рівня ризику до нуля страховій компанії. Тут мова йде про страхування підприємницького ризику, тобто ризику недоотримання бажаних доходів від підприємницької діяльності. В той же час, слід підкреслити, що страхова галузь успішно розвивається і для індустрії гостинності надає понад десяток видів страхових послуг. Це пояснюється тим, що страхування представляє собою один із найважливіших і найбільш розповсюджених методів зменшення рівня ризикованості.

6. Самострахування. Самострахування передбачає, можливість підстрахуватися самостійно без придбання страховки у страхової компанії, економлячи таким чином на витратах зі страхування – це перевага цього різновиду. Самострахування – це децентралізована форма створення натуральних та резервних фондів безпосередньо на підприємстві, особливо на підприємствах, які можна віднести до щонайризикованіших.

7. Хеджування. Хеджування – це система укладання контрактів і угод, яка враховує ймовірнісні зміни в майбутньому обмінних валютних курсів і метою якої є уникнення несприятливих наслідків цих змін. Початково хеджування використовувалось в банківській, біржовій та комерційній діяльності зазначення методів страхування валютних ризиків. Впродовж останнього часу термін «хеджування» розпочав використовуватися у більш широкому значенні та розумінні, а саме як страхування ризиків від несприятливих змін цін на будь-які товарно-матеріальні цінності за контрактами і комерційними операціями, які передбачають поставку чи продаж товарів у майбутньому. Важливо розуміти, що ризик пов'язаний із хеджуванням не зникає, оскільки його беруть на себе спекулянти, тобто підприємці, які згодні піти на певний, зарані розрахований ризик. Беручи на себе ризик, сподіваючись на одержання прибутку в результаті гри у різницю цін, вони виконують роль стабілізатора ціни.

Контрольні запитання для самодіагностики:

1. Що являє собою ризик?
2. Класифікація ризиків у галузі туристської індустрії.
3. Охарактеризувати ризики в діяльності підприємств туристської індустрії в залежності від джерел їх прояву.
4. Критерії та індикатори ризику.
5. Класифікація і характеристика методів оцінки та аналізу ризиків.
6. Шкала меж ризику.
7. Які існують фактори вразливості ринку?
8. Класифікація методів страхування ризиків для підприємств туризму.

ТЕМА 8. ОРГАНІЗАЦІЯ І РОЗРОБКА КОН'ЮНКТУРНИХ ПРОГНОЗІВ

- 8.1. Теорія передбачення М. Д. Кондратьєва та прогнозування через вивчення економічних циклів.
- 8.2. Методика прогнозування розвитку ринку.
- 8.3. Характеристика і принципи планування та прогнозування для підприємств туристської індустрії.
- 8.4. Основні методи прогнозування кон'юнктури ринку.
- 8.5. Економічні барометри.

8.1. Теорія передбачення М. Д. Кондратьєва та прогнозування через вивчення економічних циклів

Однією із найважливіших функцій держави, як такої, та державного регулювання економіки виступає наступна – розробка та реалізація стратегії соціально-економічного розвитку з використанням інструментарію планування, прогнозування, моделювання та програмування. Особливого механізму передбачення потребує економіка країни та виконання цієї функції держави у так звані кризові та депресивні часи. Але, на жаль, таким важливим інструментарієм управлінський апарат або не володіє взагалі, або ж не вважає за доцільне і необхідне його вивчення та застосування.

Як відомо, передбачення, тобто прогнозування, належить до найбільш кропітких та складних процесів в управлінській діяльності, оскільки вимагає комплексного застосування як теоретичних, так і прикладних знань, умінь та навичок. І знову не обійтися без вкладу видатного вченого М. Д. Кондратьєва, оскільки саме він заклав основи теорії передбачення. Ключовими положеннями його теорії передбачення можна вважати наступні складові.

По-перше, передбачення майбутнього будується на глибокому науковому пізнанні закономірностей складу, динаміки та взаємозв'язків об'єкта

прогнозування.

Особливою увагою потрібно виділити такі ключові закономірності як:

- статика, оскільки вона дає змогу виявити структуру прогнозованого об'єкта;
- циклічна динаміка дозволяє передбачити зміну циклів та їхніх фаз;
- соціогенетика виявляє генотип системи, який залишається незмінним доти, доки існує система.

По-друге, найважливішим, і в той же час найскладнішим, елементом передбачення майбутнього, виступає прогнозування циклічної динаміки об'єктів, що досліджуються, зміни циклів і фаз, а також періодичності появи криз.

По-третє, існує три типи передбачення:

- передбачення нерегулярних явищ;
- передбачення явищ, які в своєму розвитку мають ту чи іншу циклічність;
- передбачення тих чи інших суспільних тенденцій.

По-четверте, в методиці передбачення майбутнього необхідно поєднати генетичний та телеологічний підходи з метою досягнення можливості забезпечити цілеспрямованість прогнозів та заснованих на них стратегіях забезпечення економічної стабільності та безпеки країни.

Генерація прогнозів відбувається з урахуванням сучасних досягнень у галузі циклознавства. Найвагоміший вклад в дослідження циклів належить Кондратьєву, Шумпетеру, Хлебникову, Чижевському, Кузьменко та ін.

М. Д. Кондратьєв пояснив першопричину виникнення великих циклів кон'юнктури через необхідність оновлення основного капіталу. Так, виникнення довгих хвиль тривалістю 50-60 років, пов'язувалось із відтворенням його пасивної частини, оновлення якої потребується за умови корінної зміни технології. Для різних видів техніки і технологій були розглянуті також середньострокові цикли 7-11 років, які обумовлені оновленням активної частини основних засобів. Таким чином, змінність

обладнання в капіталістичній економіці того часу, яка динамічно розвивалася, становила 5-7 разів впродовж одного довгого циклу зміни будинків та споруд, який розкладається у висхідну та низхідну хвилі по 25-30 років кожна.

Австрійським ученим Йозефом Шумпетером було виділено дві часові складові економічних циклів:

- інноваційна;
- імітаційна.

Під інноваційним процесом Й. Шумпетер трактував створення нових технологій, а під процесом імітаційним – їхню взаємодію та розповсюдження.

В середині 70-х років XX століття Герхард Менш доповнив складові довгих економічних циклів, які виділив Й. Шумпетер – третьою складовою, а саме – «технологічним патом». У результаті цього, економічний цикл можна представити у вигляді трьох часових компонентів:

- короткострокову – «патову», або як її ще можна назвати - перехідно-депресивну;
- середньострокову – інноваційну – революційно – поновлювальну;
- довгострокову – імітаційну – еволюційно – застійну.

У цілому тривалість довгої хвилі складає близько 60 років і складається вона з двох частин – підвищувальної та знижувальної – кожна по 30 років.

Кожен із цих підциклів підрозділяють на три складові:

- патова – 3 роки;
- інноваційна – 9 років;
- імітаційна – 18 років.

8.2. Методика прогнозування розвитку ринку

До найважливіших завдань, які стоять перед кон'юнктурними дослідженнями галузевого ринку, відносять прогнозування перспективи розвитку ринку.

Під прогнозуванням розвитку ринку розуміють процес науково

обґрунтованого передбачення зміни параметрів ринку в майбутньому в результаті вивчення причинно-наслідкових зв'язків, тенденції та закономірності. Це система збалансованих показників економічних, соціальних, демографічних, організаційних, політичних та інших факторів стану та розвитку ринку. Тобто, проноз розвитку ринку може являти собою як кількісну, так і якісну оцінку його майбутніх змін.

Метою кон'юнктурного дослідження є не лише розуміння того, що було до тієї ситуації, яка склалася нині, а і передбачення тієї ситуації, яка може бути, тобто виникає потреба в залученні прогностичної функції та використанні прогностичних моделей.

Прогноз – це науково обґрунтована гіпотеза про вірогідний стан економічної системи чи певного її явища в майбутньому.

При науково обґрунтованому прогнозуванні необхідно спиратися на виявлені закономірності та тенденції розвитку економічних явищ та процесів. При цьому в обов'язковому порядку необхідно враховувати багатоваріантність, альтернативність розвитку всіх подій.

Незважаючи на наявність невизначеності в економіці, значну кількість явищ та процесів можна визначити та передбачити з достатньо високим рівнем вірогідності та точності.

При макроекономічному прогнозуванні необхідно брати до уваги, що на макроекономічну політику впливає три групи факторів (рис. 8.1).

Розрізняють пошукове та нормативне прогнозування економіки (рис. 8.2).



Рис. 8.1 - Класифікація кон'юктуроутворюючих факторів макрорівня

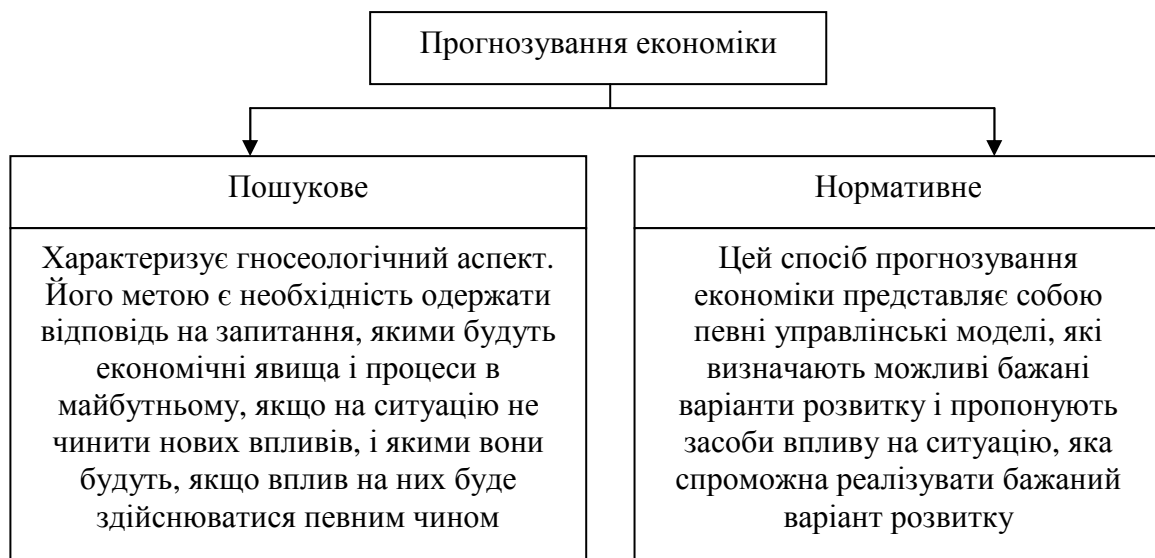


Рис. 8.2 - Класифікація прогнозування економіки

Сукупність методів моделювання представлена в табл. 8.1, де виділено основні класифікаційні ознаки та типи методів моделювання.

Таблиця 8.1 - Класифікація методів моделювання

Ознака класифікації	Методи моделювання
Методи економічної кібернетики та математичної статистики	Системний аналіз економіки, дисперсійний аналіз, кореляційний аналіз, економіко-логічний аналіз, індексний метод дослідження
Економетричні методи	Просторовий аналіз, регіональний аналіз, балансові методи відображення господарських операцій, національне рахівництво
Методи прийняття управлінських рішень	Математичне програмування, мережене планування, програмно-цільове планування, неформальне прогнозування (збір вербальної інформації, промисловий шпіонаж), кількісне прогнозування, якісне прогнозування (думка журі, модель очікування споживачів, експертні оцінки), теорія ігор, дерево рішень, платіжна матриця
Методи експериментального дослідження економіки	Імітація, ділові ігри, математичний аналіз, планування економічних експериментів
Методи дослідження ринкової економіки	Моделі індикативного планування, моделі вільної конкуренції, моделі монополії, моделі економічного циклу

Основні стадії прогнозування соціально-економічних явищ, процесів і тенденцій надано на рис. 8.3.

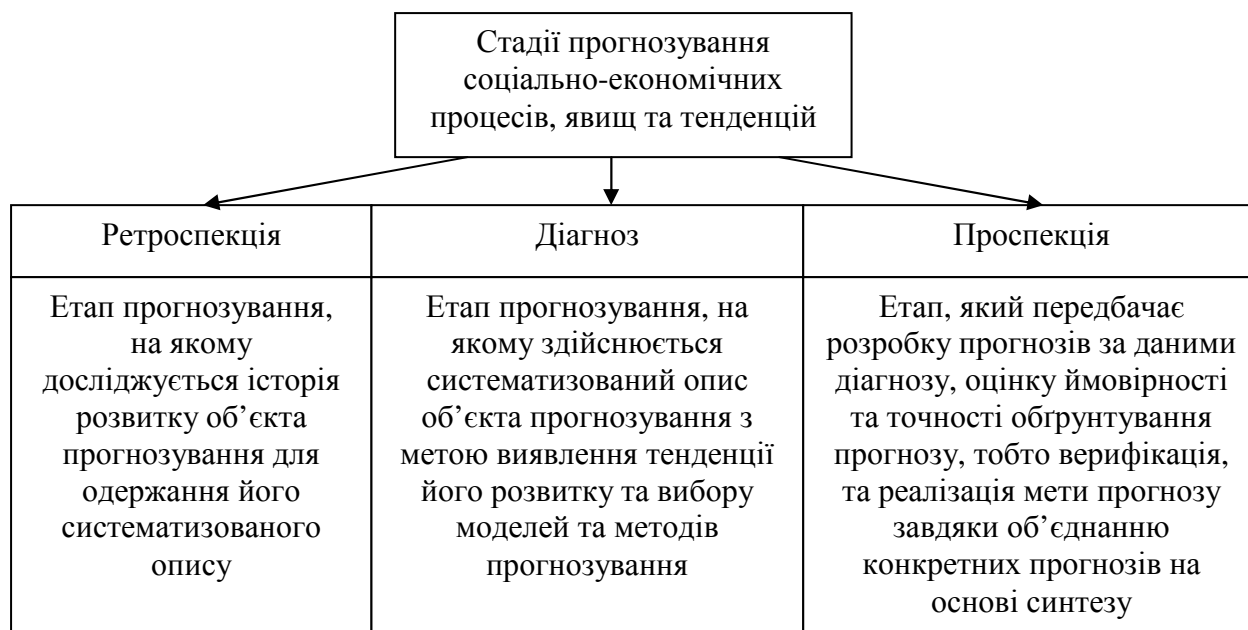


Рис. 8.3 - Класифікація стадій прогнозування

8.3. Характеристика і принципи планування та прогнозування для підприємств туристської індустрії

Планування та прогнозування відносяться до тих складових механізму управління підприємством, без яких просто неможливо досягти ефективних і високих результатів.

Планування – це систематичний інформаційно підкріплений процес якісного, кількісного і часового визначення майбутніх цілей, засобів і методів формування, управління і розвитку.

Використання інструментів, механізмів планування та прогнозування надає певні переваги і можливість для підприємства (рис.8.4).

Лише в тому випадку, коли планування та прогнозування спирається на наукові методи і принципи, вони зможуть в повному обсязі виконувати свої головні функції. Ключові принципи планування, під якими розуміють основні

теоретичні положення, якими необхідно керуватися при здійсненні планування розвитку підприємства, надані на рис.8.5.



Рис. 8.4 - Класифікація переваг і можливостей використання інструментарію планування та прогнозування в діяльності підприємств

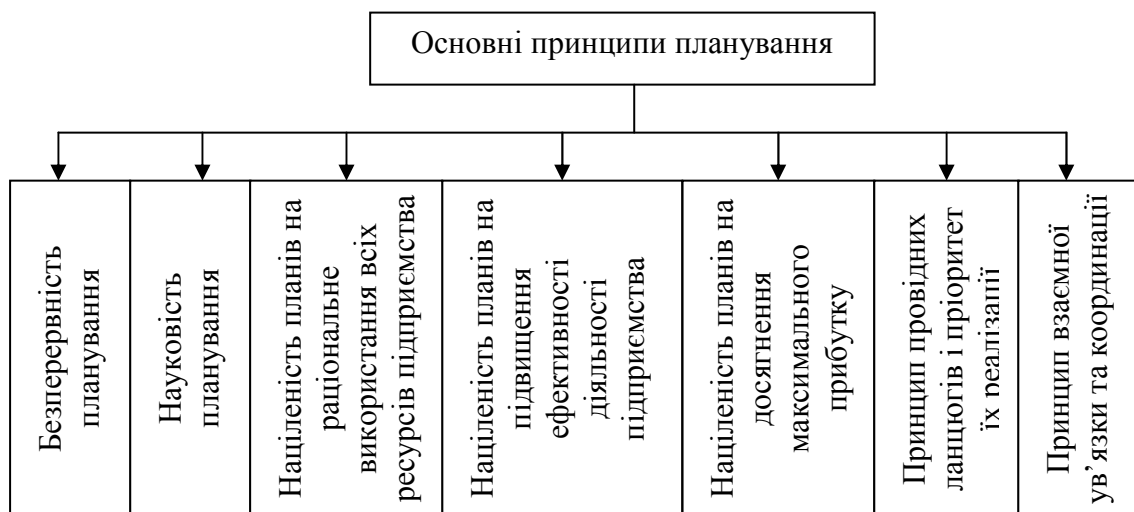


Рис. 8.5 - Ключові принципи планування діяльності підприємств туристської індустрії

Крім зазначених принципів планування на рис. 8.5, необхідно при складанні планів розвитку підприємств чи галузі брати до уваги такі положення, як:

- в основі плану економічного і соціального розвитку підприємства має лежати обґрунтована прогноз-стратегія розвитку підприємства;
- необхідність врахування і передбачення інфляційних процесів;
- дослідження перспектив розвитку підприємств індустрії гостинності на мезорівні, макрорівні та мегарівні;
- моніторинг ринкової ситуації та прогнозування цін;
- проведення конкурентного аналізу.

Прогнозування – це передбачення певної події. Його особливістю має бути альтернативність щодо побудови різного роду показників та параметрів, яка обумовлює різні варіанти розвитку підприємства чи іншого об'єкта на основі намічених тенденцій.

Прогнозування являє собою розробку на перспективу змін стану як об'єкта в цілому, так і його елементів.

Упродовж останнього часу, використовують понад двадцять методів прогнозування, у тому числі прогнозування ризиків. У табл.8.2-8.3 наведено найбільш вживані в індустрії гостинності методи прогнозування, зокрема, табл. 8.2 містить інформацію щодо недоліків запропонованих методів прогнозування, а табл. 8.3 характеризує переваги цих же методів прогнозування.

Таблиця 8.2 - Порівняльна характеристика недоліків найбільш вживаних методів прогнозування на підприємствах туристської індустрії

Методи прогнозування			
Метод екстраполяції	Метод експертних оцінок	Метод історичної аналогії	Метод сценаріїв
1	2	3	4
1.Метод передбачає стабільність системи, де розвиток відбувається безперервно і рівно	1.Можливість суб'єктивізації прогнозів експертів, виходячи з їхнього власного розуміння питання та зацікавленості в результатах прогнозування	1. Високий ризик помилки, оскільки перенесення знань про один об'єкт на інший є дійсним з певною долею ймовірності, оскільки подібність між явищами і предметами рідко буває повною	1. Значні фінансові витрати на складання сценаріїв

1	2	3	4
2.Неможливість використання для середньо- та довгострокових періодів через швидкий розвиток туристської галузі	2.Дефіцит висококваліфікованих експертів у певних галузях, для надання достовірних висновків про об'єкт прогнозування		
3.Необхідна наявність точної і правдивої інформації про стійкість тенденції розвитку галузі чи підприємства за строк, який в 2-3 рази перевищує строк прогнозування			
4.Обмеженість використання в умовах нестабільності та невизначеності в суспільстві і економіці			

Таблиця 8.3 - Порівняльна характеристика переваг найбільш вживаних методів прогнозування на підприємствах туристської індустрії

Методи прогнозування			
Метод екстраполяції	Метод експертних оцінок	Метод історичної аналогії	Метод сценаріїв
1	2	3	4
1.Метод базується на дослідженні об'єкта прогнозування на ретроспективному аналізі тенденцій його розвитку	1. Метод враховує низку таких обов'язкових методичних вимог як оцінка вихідної ситуації, виявлення тенденцій розвитку об'єкта і інші.	1. Висока значимість метода при експерименті та моделюванні	1.Метод дає змогу скласти альтернативні сценарії, які сприяють усунути суб'єктивний підхід щодо розвитку галузі чи підприємства
2.Пізнання характеру об'єкта дозволяє скласти надійні прогнози його розвитку	2. В основному використовують при довгострокових прогнозах.	2.Висока достовірність прогнозів розвитку підприємств галузі за максимально можливою подібності об'єктів щодо економічного, соціального, територіального та інших аспектів	2.Високий рівень достовірності, оскільки метод враховує всю сукупність зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку галузі (підприємства), з виявленням джерел їх виникнення

Продовження табл. 8.3

1	2	3	4
	3.Ефективність застосування методу в умовах невизначеності та відсутності достовірної інформації		3.Метод використовує різні інструменти і технології інших методів прогнозування (екстраполяції, експертних оцінок та ін.)
			4.Можливість середньота довгострокового прогнозування

8.4. Основні методи прогнозування кон'юнктури ринку

До завершальних етапів кон'юнктурного дослідження ринку відноситься прогнозування, зокрема, прогнозування майбутніх тенденцій розвитку ринку.

Прогнозування ринку – це процес науково обґрунтованого передбачення змін попиту та інших параметрів ринку в майбутньому на основі вивчення причинно-наслідкових зв'язків, тенденцій і закономірностей.

Прогноз являє собою систему збалансованих показників, які враховують економічні, соціальні, демографічні, організаційні, політичні, екологічні та інші фактори, що мають вплив на стан та розвиток ринку.

Прогнозом або передбаченням називають певне судження щодо невідомих, особливо майбутніх, подій.

Економічний прогноз являє собою «такі ствердження, які обмежені одним чи кількома економічними аспектами передбачуваних подій. Більш того, для кількісних економічних передбачень ці аспекти можуть бути описані одним або кількома числами.». Таким чином, можна сказати, що прогнозування являє собою науково–обґрунтоване передбачення розвитку ринку з часом на основі вивчення причинно-наслідкових зв'язків, тенденцій та закономірностей.

Передбачення стану та розвитку ринку можна уявити за допомогою як якісної, так і кількісної оцінки його майбутньої зміни.

Дослідження закономірностей майбутнього розвитку є ключовою проблемою як оперативного, так і стратегічного аналізу ринку. Для того, щоб

мати змогу розробити стратегію розвитку ринку, необхідно забезпечити науково обґрунтовані передбачення подальших перспектив розвитку ринку.

Таким чином, взагалі основні завдання прогнозування ринку можна звести до наступних:

- з'ясування як розвивався ринок в минулому;
- виявлення як розвивається ринок у даний момент часу;
- передбачення яким чином буде розвиватися ринок в майбутньому.

Щодо кон'юнктурного прогнозування, то його першочерговими завданнями вважаються такі:

- визначення короткострокових та довгострокових тенденцій змін попиту, які можна перенести на майбутній період;
- виявлення та моделювання в майбутньому розвитку вплив комплексу кон'юктуроутворюючих факторів на динаміку і структуру попиту;
- дослідження можливостей та перспектив конкурентних переваг у майбутньому розвитку ринку.

У процесі прогнозування поєднуються оперативні, короткострокові прогнози та прогнози стратегічного характеру. Всі ці прогнози будуються на основі системного аналізу, мають бути пов'язані між собою і виходити один із одного. Основою кон'юнктурного прогнозування є причинно-наслідкові зв'язки. Крім того, дослідження закономірностей розвитку ринку, виявлення їх впливу дозволяє з достатнім рівнем достовірності стверджувати, що дане явище чи даний процес будуть розвиватися в певній послідовності та в заданих межах. За умов дотримання всіх вимог щодо побудови прогнозних моделей, вони створюють єдину та взаємопов'язану систему соціально-економічних факторів перспектив розвитку ринку.

Кон'юнктурні дослідження дозволяють управляти майбутніми змінами і передбачати, яким чином будуть формуватися та складатися події на ринку. Модель факторів прогнозу ринку передбачає:

- прогноз товарної пропозиції;
- прогноз товарно-грошового ринку;

- прогноз соціально-демографічних факторів;
- прогноз розвитку інфраструктури ринку;
- прогноз фінансової діяльності ринку;
- прогноз попиту;
- прогноз цін;
- прогноз інвестицій у ринкову сферу;
- прогноз чисельності та складу ринкових підприємств.

У практиці кон'юнктурного дослідження використовують різні методи прогнозування ринкових процесів. До них відносяться:

екстраполяційні методи прогнозу;
 факторні регресійні прогнозні моделі;
 імітаційні моделі;
 аналогові моделі;
 експертні прогнози та сценарії розвитку.

Існують різні прийоми та методи прогнозування, основними серед них є такі методи:

1) попереджувальна (сигнальна) інформація, яка заснована на візуальному спостереженні за параметрами ринку, поведінкою споживачів тощо;

2) методи екстраполяції:
 технічне (візуальне) згладжування;
 механічні способи згладжування динамічних рядів;
 аналітичне вирівнювання;
 трендові моделі;

3) методи статистичного моделювання – парні та багатофакторні рівняння регресії та інші;

4) аналогові моделі, коли у якості прогнозу розглядають сприятливі показники ринкової ситуації у якому-небудь регіоні (країні);

5) імітаційні моделі, коли натомість реальним даним, розрахованих на певний період часу, використовують розрахунки, створені у спеціальній програмі;

б) прогнозування за експертними оцінками (найчастіше з використанням Дельфи-методу);

7) складання прогнозних сценаріїв як динамічних альтернативних моделей майбутнього, де допускається багатоваріантність та евристичні оцінки; описовий спосіб дослідження поєднується з іншими, в тому числі статистичними.

Обов'язковою вимогою до прогнозування ринкових процесів є комплексність, тобто одночасне складання прогнозів усього комплексу основних параметрів ринку. При цьому допускається складання прогнозу для конкретних цілей дослідження лише для одного із цих параметрів. Зазвичай обирається параметр, який є найважливішим з точки зору ефективної діяльності підприємства чи галузі.

Важливою складовою методології прогнозування є охоплення об'єктів дослідження, залежно від чого прогнози підрозділяються на:

- глобальні, коли охоплено весь ринок країни;
- регіональний – відповідно охоплено певний регіон;
- локальний, коли розглядається місце, яке посідає певний товар чи галузь.

Варто підкреслити, що прогнози можуть бути:

точечними, коли його результати можуть відображатися у вигляді лише одного рівня;

інтервальними (охоплюють певний проміжок часу);

багатоваріантними (результат може бути представлено варіюючою величиною).

Важливим і в той же час складним завданням є вибір строків, на який складається прогноз, оскільки вибір строків залежить від цілей прогнозу, від характеру джерел інформації та інших характеристик. У прогнозуванні

прийнято виділяти наступні види прогнозу:

- попереджувальний або сигнальний;
- оперативний;
- короткостроковий;
- середньостроковий;
- довгостроковий.

Важливо враховувати, що успіх прогнозування у значній мірі пов'язаний з тим, наскільки надійною та достовірною є інформація, на якій базується сам прогноз. Також має значення повнота набору факторів, які впливають на стан і розвиток ринку, рівень обґрунтованості їхнього набору, а також методика, яка використовується при розрахунку факторів-показників. На точність та достовірність прогнозу ринку впливає характер та рівень стійкості (коливальності) даного ринку та економіки в цілому, оскільки чим більш стійким є ринок, тим більшим є рівень надійності прогнозу. Оскільки в кон'юнктурному аналізі використовують різні типи і форми моделювання ринкових процесів та явищ, тому від правильності вибору методології побудови моделі, від рівня апроксимації емпіричних даних залежить якість прогнозу, тобто має бути забезпечена адекватність обраної прогнозної моделі. Особливо важливе значення для забезпечення точності розрахунків та надійності прогнозу відіграють комп'ютерні технології та використання аналітичних прикладних пакетів програм.

Таким чином, точність прогнозів залежить від забезпечення наступних умов:

- надійність та повнота інформації про ринкові процеси та фактори, які визначають їх рівень та розвиток;
- рівень стійкості ринку та економіки в цілому;
- адекватність прогнозної моделі;
- технічна забезпеченість прогнозу.

Найважливішим критерієм ефективності прогнозування та показником його надійності слугує практика. Саме цим і пояснюється важлива вимога

методології прогнозування – перевірка надійності і точності прогнозу. Так, після одержання розрахункових або оціночних даних, розраховується похибка прогнозу, тобто його відхилення від фактичного рівня.

Таким чином, ефективність прогнозування ринку – це перевірка кількості та частки прогнозів, які виправдали себе, тобто збулися, а також рівня відхилення прогнозу від фактичних характеристик.

При проведенні кон'юнктурного дослідження необхідно постійно перевіряти достовірність прогнозу розвитку ринку, тобто здійснювати верифікацію прогнозів. Важливо, щоб верифікація прогнозу здійснювалась не при закінченні прогнозного строку, а при складанні самого прогнозу. В деяких дослідженнях застосовують метод інверсної верифікації, яку можна здійснити шляхом ретроспективного прогнозування. У цьому випадку правильність прогнозової моделі перевіряється на основі складання прогнозу розвитку ринку з використанням інформації за вже пройдений період і порівнянням його зі заздалегідь зарані одержаними чи фактичними даними.

Достовірність прогнозу Генрі Тейл пропонує визначати за допомогою коефіцієнта невідповідності (розбіжності) для n пар A_i та P_i . [106, 107].

$$U^2 = \frac{\sum (P_i - A_i)^2}{\sum A_i^2},$$

де P_1, \dots, P_n – прогнозні значення,

A_1, \dots, A_n – дійсні результати.

$$U = \frac{\sqrt{\sum (P_i - A_i)^2 \div n}}{\sqrt{\sum A_i^2 \div n}}$$

Залежно від того, які результати отримані, можна робити такі висновки:

коли $U=0$, то прогноз ідеальний, тобто має місце абсолютний збіг фактичних та прогнозних значень, тобто $A_i=P_i$, при всіх i ;

коли $U=1$, то дуже поганий прогноз. За такого коефіцієнта мають той же результат, що і за звичайної екстраполяції, тобто в результаті прогнозу отримано ту ж середньоквадратичну помилку, що і при екстраполяції;

коли $U>1$ (верхньої межі даний коефіцієнт не має), то прогноз гірший,

ніж при екстраполяції незмінності початкових даних.

Таким чином, розрахувавши коефіцієнт невідповідності, можна судити про серйозність помилки прогнозу.

$$U = \frac{\sqrt{\frac{1}{n} \sum (P_i - A_i)^2}}{\sqrt{\frac{1}{n} \sum P_i^2 + \frac{1}{n} \sum A_i^2}}$$

Коефіцієнт невідповідності, розрахований останньою формулою буде лежати в інтервалі від 0 до 1. Крім того, знаменник цього коефіцієнта являє собою суму середньоквадратичних прогнозних та реалізованих змін, а тому коефіцієнт невідповідності визначається не лише середньоквадратичною помилкою прогнозу, на відміну від коефіцієнта, розрахованого за першими двома формулами. Тобто, коефіцієнт розбіжності, розрахований за цими формулами, краще відобразить абсолютно неадекватний прогноз.

8.5. Економічні барометри

Одним із найважливіших етапів вивчення та дослідження кон'юнктури ринку є прогноз. Свою метою він має розповсюдження виявлених тенденцій, причинно-наслідкових зв'язків на майбутній період, тобто визначення найімовірніших оцінок стану майбутньої кон'юнктури. Але лише в ХХ сторіччі, завдяки вченню В. Зомбарта, вперше було вказано об'єкт дослідження і прогнозу, а саме: кон'юнктурний цикл та місце народного господарства в будь-який момент в ньому. Таке виділення об'єкта стало можливим завдяки заміні науки про кризи на кон'юнктурне вчення. Таким чином, об'єкт дослідження змістився з кризи на кон'юнктурний цикл взагалі.

Спочатку кон'юнктурні дослідження зводилися лише до діагностики, оскільки майже всі результати роботи призводили до побудови кривої розвитку в минулому на основі фактичних даних. Також робилися спроби побудувати так званий єдиний показник, що відображав би тенденції, які одночасно характерні для багатьох галузей економіки. Як результат, був розроблений «передвісник» першого економічного барометру – барометр де-Фовілля. Економічний барометр де-Фовілля можна було

використовувати лише для більш чіткого і детального розуміння ситуації, яка склалася в минулому, а не для прямого призначення економічних барометрів у сучасному розумінні – прогнозу майбутніх тенденцій.

Чималий внесок у розвиток статистичного прогнозу внесли Персонс і Юл, які розділили ряд динаміки на 4 складових компонента. Це спонукало англо-американську статистичну школу зробити крок далі: вони уявляли емпіричний ряд у вигляді накладення або суми чотирьох окремих кривих:

- 1) еволюторної лінії або ж лінії загального розвитку;
- 2) сезонних коливань;
- 3) кон'юнктурних коливань;
- 4) коливань, обумовлених впливом раптових причин – так званих залишкових чи іррегулярних елементів.

Оскільки метою кон'юнктурних досліджень є кон'юнктурні коливання, то решту коливань потрібно усунути із спільної кривої. Криву, яка залишиться, - кон'юнктурну – необхідно дослідити та вивчити закони й закономірності її розвитку.

Індекси сезонності не цілком виключають вплив випадкових і другорядних чинників, тому використовують методи вирівнювання динамічного ряду, зокрема метод ковзкої середньої, аналітичне вирівнювання, гармонійний аналіз або рівняння тренду для того, щоб виявити закономірності сезонності, тенденції сезонної хвилі.

Одним із основоположників гармонійного аналізу є А. Шустер. Він вказує, що основною умовою, яка дає право використовувати гармонійний аналіз є повна незалежність один від одного значень величин, що складають статистичний ряд. У зв'язку з цим, потрібно досить обережно підходити до інтерпретації отриманих результатів, оскільки не завжди є можливість мати справу з незалежними одна від другої величинами.

Після того, як із емпіричного ряду виключено столітню тенденцію, потрібно дослідити наявність циклічності. Гармонійний аналіз базується на теоремі Фур'є, суть якої полягає в тому, що будь-яку періодичну функцію, яку довільно задано в певному інтервалі, можна розкласти на ряд простих гармонійних коливань. Дану функцію можна відобразити тригонометричним рядом, який названо рядом Фур'є.

Цей ряд Фур'є має такий вигляд:

$$Y = f(x) = A_0 + A_1 \sin(kt + e_1) + A_2 \sin(2kt + e_2) + A_3 \sin(3kt + e_3) + \dots$$

В основі ряду Фур'є лежить рівняння, яке є формулою простого гармонійного коливання:

$$Y = A_i \sin(kt + e_i),$$

де A_i – амплітуда;

e_i – фаза простого гармонійного коливання;

T – період коливання;

k – кількість гармонік, $k = \frac{2\pi}{T}$.

Після того, як ряд Фур'є розклали на прості гармонійні коливання, ми одержуємо так званий спектр.

Щоб знайти коефіцієнти цього ряду потрібно знати період коливань T . Для знаходження T можна використовувати метод періодограм, сутність якого полягає в тому, що робиться припущення про яку завгодно тривалість періоду для інтервалу часу, що досліджується.

Біляєвський І. К. також пропонує гармоніку Фур'є використовувати при моделюванні повторюваності сезонних хвиль за кілька років. Ця формула має такий вигляд:

$$Y = a_0 + \sum_k^m (a_k \cos kt + b_k \sin kt),$$

де t – номер гармоніки Фур'є;

a_0, a_k, b_k – параметри, які визначаються методом найменших квадратів;

k – кількість гармонік.

Біляєвський І. К. вважає, що кон'юнктура статистика має займатися аналізом лише річних (сезонних) циклів. Ним запропонована методика дослідження циклічності ринку:

- необхідно відібрати ті параметри ринку, у яких коливання проявляються якнайсильніше;
- будують їхні ряди динаміки за тривалий період;

- із рядів динаміки вилучають тренд та сезонні коливання;
- ряди, які відображають кон'юнктурні та випадкові коливання, потрібно стандартизувати за допомогою зведення до спільного знаменника;
- використовуючи коефіцієнт кореляції, визначають синхронність і взаємозв'язок показників;
- показники розбивають на однорідні кластерні групи;
- на графік наносять кластерні оцінки, які відображають послідовність зміни основних ринкових процесів, а також рух цих процесів залежно від фази кон'юнктурного циклу.

При вивченні динаміки та прогнозуванні кон'юнктурних процесів прийнято вважати, що значення рівнів часових рядів представлені у вигляді трьох складових: систематичного, тобто тренду, сезонного та випадкового. Іноді ще включають і циклічний компонент, якщо період коливання великий, тобто перевищує рік. Слушно зауважити, що галузі економіки щодня піддаються впливу безлічі чинників, які не носять столітнього, циклічного чи сезонного характеру. Крім того, ці чинники або зовсім не відомі, або уява про них досить туманні. Тому, за обставин, коли випадкові чинники перестають взаємозрівноважуватись, виникає ситуація, за якої вже ці чинники спричиняють більш чи менш відхилення від хвилеподібної кривої, яка утворюється зі столітнього рівня, сезонних хвиль та циклічних коливань.

При виділенні з часового ряду тренду та періодичних компонентів, одержують нерегулярний, тобто випадковий компонент, який формується під впливом непередбачуваної, різкої дії (стихійні лиха, війни, епідемії, кризи), які спричиняють та приводять до значних відхилень від основної тенденції розвитку; та поточні чинники. Вони спричиняють випадкові коливання. Кожен з цих поточних чинників спричиняє незначний вплив, але їх сумарна дія досить значуща.

Одним із засновників в галузі кон'юнктурного прогнозу є Самуель Беннер. Ним було сформульовано правило, суть якого полягає в тому, що «одна крайність неминуче йде за іншою у всіх діях природи, у всіх комерційних справах та у всіх галузях торгівлі та промисловості».

Прогнозом кон'юнктури займався також Роджер В. Бебсон. На відміну від Беннера, який спирається на час (однаковість періоду) чи лише на основі інтенсивності – рівності розмаху відхилень (У. Мітчелль), він намагається обґрунтувати свій підхід на основі комбінації вказаних вище двох принципів. За його методикою необхідно перемножити зазначені елементи. Таким чином, прогноз потрібно складати, опираючись на площу відхилення, яка дорівнює добутку часу на інтенсивність відхилення від еволюторного рівня. Тобто, площі процвітань та депресій мають бути рівні між собою.

Беручи до уваги те, що в результаті змін якогось елемента економіки через певний час можуть відбутися зміни інших її елементів, оскільки існує ланцюговий зв'язок між галузями економіки в цілому. Тому, принцип, на якому базується прогноз Дж. Брукмайра і Гарвардського економічного бюро полягає в існуванні зв'язку та послідовності у русі певної кількості елементів чи кривих. Така закономірність пояснюється тим, що різні галузі економіки характеризуються неодноразовими змінами та кон'юнктурними коливаннями. Це породжує ідею знайти такі показники, які б змінювалися раніше інших і могли бути передвісниками майбутньої кон'юнктури.

Як вже зазначалося, вперше такий прогноз розроблено Дж. Брукмайром. Принцип побудови його барометра має таку послідовність дій. По-перше, необхідно окремо взяти три групи показників. У кожному ряді показників є потреба усунути сезонні коливання та лінію росту. По-друге, окремі показники потрібно об'єднати в три групи; для цього необхідні обчислення середньої для кожної групи. По-третє, мають три криві, з яких і складається барометр – крива торгово-промислової кон'юнктури, банківська крива та крива акцій.

Щодо Гарвардського бюро, то воно було створено в 1917 р. при Гарвардському університеті під керівництвом У. М. Персона та Ч. Буллока. Навколо Гарвардського бюро та інших закладів подібного типу (Економічного бюро федеральної резервної системи США, Національного бюро економічних досліджень, спеціальних закладів при університетах) склалася гарвардська школа, яка займалася вивченням коливань економічної кон'юнктури для її прогнозування, зокрема,

використовуючи методи статистичного та математичного аналізу. Гарвардським економічним бюро було побудовано свій барометр, який названо гарвардським кон'юнктурним барометром. Принцип його побудови подібний з роботою Дж. Брукмайра. Кон'юнктурний барометр гарвардського бюро складається з трьох кривих А, В і С, кожна з яких являє собою середню арифметичну з показників, що її складають. Перед розрахунком середньої величини з емпіричних рядів цих показників для виявлення циклічних коливань виключали еволюторні тенденції та сезонні хвилі.

Крива А характеризувала фондовий ринок, В – товарний ринок, С – ринок грошей. На думку гарвардського бюро, економічний цикл складається з 5 фаз, а тому і криві, з яких складається барометр, одну й ту ж фазу циклу проходять не одночасно.

Таким чином, в основі прогнозу гарвардського бюро лежить властивість кожної кривої йти за рештою кривих, але в певній послідовності та з певним відставанням. Причини такого руху кривих не були досліджені. Закономірності їхнього руху були лише описані та складено прогноз руху цих кривих на певну перспективу без обґрунтування. На жаль, починаючи з 1925 року гарвардський барометр втратив свою відому чутливість.

За таким же принципом був розроблений економічний барометр Англійською економічною школою.

Підсумовуючи вище сказане, слід вказати, що в основі прогнозу покладено обґрунтування функціональної залежності між величиною явища, яке вивчається та величинами інших явищ, за умови, що їхні зміни передують попереднім змінам явища, яке досліджується. Такий функціональний зв'язок є зв'язком лише за формою, бо в його основі покладено кореляційну залежність між змінними. Оскільки мають справу з кореляційним зв'язком, то є змога побудувати рівняння регресії. На основі рівняння регресії за даними значеннями змінної чи змінних, які не належать до емпіричного ряду, можна передбачити значення того чи іншого елемента. На основі цього, деякі статистики коефіцієнт кореляції називають коефіцієнтом передбачення.

Контрольні запитання для самодіагностики:

1. Організація розробки кон'юнктурних прогнозів.
2. Порівняльний аналіз методів прогнозування: екстраполяції, експертних оцінок, економічного моделювання.
3. Характеристика обробки даних з використанням ковзкої середньої.
4. Методика обробки даних з використанням аналізу розірваного динамічного ряду.
5. Сезонна декомпозиція та спектральний аналіз в прогнозуванні соціально-економічних явищ в індустрії гостинності.
6. Прогнозування як інструмент мінімізації невизначеності.
7. Які особливості притаманні статистичному прогнозу?
8. Порівняльна характеристика критеріїв, способів і процедур на етапі верифікації прогнозів.
9. У чому полягає специфіка аналізу динамічних процесів?
10. Для чого потрібне оцінювання сезонної компоненти?
11. Переваги та недоліки методу експоненціального згладжування.
12. Екстраполяція як основний інструмент прогнозування.
13. Особливості методів статистичного прогнозування, їх позитивні якості та вади, межі використання.
14. Ретроспективне оцінювання прогнозу.
15. Метод експертних оцінок.
16. Типи трендових моделей, які використовують при аналізі динамічних процесів.
17. Сезонно-декомпозиційна модель Холта-Вінтера.
18. Моделі сезонної хвилі на основі гармонійного аналізу.
19. Упорядкування кон'юнктурного прогнозу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна література

1. Авдашева С. Б., Розанова Н. М. Теория организации отраслевых рынков: Учебник. – М.: ЧЧП «Издательство Магистр», 1998. - 320 с.
2. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
3. Боровиков В. П. Прогнозирование в системе STATISTICA в среде Windows. Основы теории и интенсивная практика на компьютере: Учеб. пособие / В. П. Боровиков, Г. И. Ивченко. – М.: Финансы и статистика, 2000. - 384 с.
4. Боровиков В. П., Боровиков И. П. Statistica – Статистический анализ и обработка данных в среде Windows.- М.: Информ.-издат. Дом «Филинь», 1998. - 608 с.
5. Дуброва Т. А. Статистические методы прогнозирования. – М.: ЮНИТИ, 2003.- 206 с.
6. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. - 170 с.
7. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку. – К.: Знання, 2001. - 215 с.
8. Кондратьев Н. Д. Основные проблемы экономической статики и динамики. – М.: Экономика, 1991. - 567 с.
9. Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. – М.: Экономика, 1989. - 526 с.
10. Меньшиков С. М., Клименко Л. А. Длинные волны в экономике. Когда общество меняет кожу. – М.: Международные отношения, 1989. - 272 с.
11. Мхитарян В. С., Трошин Л. И. Применение многомерного статистического анализа в экономических исследованиях. – М.: МЭСИ, 1981. - 125 с.

12. Сошникова Л. А., Тамашевич В. Н., Уебе Г., Шефер М. Многомерный статистический анализ в экономике: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. В. Н. Тамашевича. – М.: ЮНИТИ- ДаНА, 1999. - 598 с.

13. Тейл Г. Прикладное экономическое прогнозирование. – М.: Прогресс, 1970. - 512 с.

14. Тейл Г. Экономические прогнозы и принятие решений. – М.: Статистика, 1971. - 488 с.

Додаткова література

1. Айвазян С. А., Бежаева З. И., Староверов О. В. Классификация многомерных наблюдений. – М.: Статистика, 1974. - 240 с.

2. Айвазян С. А., Енюков И. С., Машалкин Л. Д. Прикладная статистика. Основы моделирования и первичная обработка данных. – М.: Финансы и статистика, 1983. - 470 с.

3. Айвазян С. А., Мхитарян В. С. Практикум по прикладной статистике и эконометрике: Учеб. пособие. – М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 1998. - 160 с.

4. Беляевский И. К. Статистика товарного рынка: оценки рыночной конъюнктуры // Вопросы статистики. – 1997. - №4. - С. 20-26.

5. Бешелев С. Д., Гуревич В. Г. Математико-статистические методы экспертных оценок. – М.: Статистика, 1980. – 263 с.

6. Бокс Дж., Дженкинс Г. Анализ временных рядов. Прогноз и управление: Пер. с англ. – М.: Мир, 1974. - Вып. I. - 406 с.

7. Болч В., Хуань К. Дж. Многомерные статистические методы для экономики. (Пер. с англ. А. Д. Плитмана / Под ред. С. А. Айвазяна). – М.: Статистика, 1979. - 317 с.

8. Вайнштейн А. Л. Проблема экономического прогноза в ее статистической постановке. – М.: Ранион, 1930. - 76 с.

9. Варга Е. С. Современный капитализм и экономические кризисы. – М.: Издательство академии наук СССР, 1963. - 507 с.

10. Варга Е. С. Экономические кризисы. – М.: «Наука», 1974. - 434 с.
11. Геминтерн В. И., Френкель А. А. Обобщенные модели авторегрессии и скользящего среднего в анализе временных рядов. Статистический анализ экономических рядов и прогнозирование. – М.: Наука, 1973. - С. 3-154.
12. Геминтерн В. И., Френкель А. А., Герасимова Т. Я. Исследование показателей эффективности промышленного производства с помощью метода главных компонент. – Многомерный статистический анализ в социально-экономических исследованиях. – М.: Наука, 1974. - 416 с. - С. 320-342.
13. Горелик Н. А., Френкель А. А. Опыт использования модели Бокса – Дженкинса для прогнозирования экономических показателей // Экономика и математические методы. - 1975.- т. XI.- Вып. 4. - С. 784-789.
14. Гренджер К., Хатанака М. Спектральный анализ временных рядов в экономике. (Пер. с англ. В. С. Душенко, Е. Г. Угер. Научн. ред. В. В. Налимов). – М.: Статистика, 1972. – 312 с.
15. Дубров А. М., Мхитарян В. С., Трошин Л. И. Многомерные статистические методы: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 1998. - 352 с.
16. Дубров А. М. Обработка статистических данных методом главных компонент. – М.: Статистика, 1978. - 134 с.
17. Дубров А. М., Мхитарян В. С., Трошин Л. И., Френкель А. А. Статистические методы многомерной классификации. – М.: МЭСИ, 1984. - 96 с.
18. Дубровский С. А., Зейгер Е. М., Френкель А. А. Факторный анализ. Методы и приложения. – Многомерный статистический анализ в социально-экономических исследованиях. – М.: Наука, 1974. - 416 с. – С. 229-292.
19. Дюран Б., Оделл К. Кластерный анализ./Под ред. А. Я. Боярского. – М.: Статистика, 1977. - 128 с.
20. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / За ред. Р. Дяківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, 2002. - 704 с.
21. Ефимова М. Р., Петрова Е. В., Румянцева В. Н. Общая теория статистики. – М.: ИНФРА – М, 1999. - 416 с.

22. Жуковская В. М., Мучник И. Б. Факторный анализ в социально-экономических исследованиях. – М.: Статистика, 1976. - 151 с.
23. Иберла К. Факторный анализ. - М.: Статистика, 1980. - 398 с.
24. Иванов В. В. Анализ временных рядов и прогнозирование экономических показателей. – Харьков, 1999. - 230 с.
25. Кассель Г. Теория конъюнктуры. - М., 1925. - 146 с.
26. Кендалл М. Дж. Временные ряды. – М.: Финансы и статистика, 1981. - 199 с.
27. Кендалл М. Дж., Стьюарт А. Многомерный статистический анализ и временные ряды. (Пер. с англ. Э. Л. Пресмана, В. И. Ротаря. Под ред. А. Н. Колмогорова, Ю. В. Прохорова). – М.: Наука, 1976. - 735 с.
28. Кильдишев Г. С., Френкель А. А. Анализ временных рядов и прогнозирование. – М.: Статистика, 1973. - 103 с.
29. Китаев Е. Н. Групповые экспертные оценки. – М.: Знание, 1975. – 203с.
30. Кондратьев Н. Д., Опарин Д. И. Большие циклы конъюнктуры. Доклады их обсуждения в институте экономики. – М., 1928.
31. Костюхин Д. И. Конъюнктура мирового капиталистического хозяйства. – М.: Международные отношения, 1971.
32. Костюхин Д. И. Конъюнктура мирового капиталистического хозяйства. – М.: Международные отношения, 1973. - 310 с.
33. Костюхин Д. И. Современный мировой рынок: тенденции и проблемы развития, 1977.
34. Левшин Ф. М., Мухин С. Б., Соловьев В. Н. Мировые рынки: конъюнктура и цены. - М.: Международные отношения, 1987. - 120 с.
35. Левшин Ф.М. Введение в конъюнктуру товарных рынков. – М.: Международные отношения, 1966. - 144 с.
36. Левшин Ф.М. Мировые товарные рынки (Методология изучения конъюнктуры). – М.: Международные отношения, 1978. - 360 с.
37. Лоули Д., Максвелл А. Факторный анализ как статистический метод. – М.: Мир, 1967. - 144 с.

38. Макунян А. А. Общее учение о конъюнктуре. Конъюнктура товарных рынков. – М., 1947.
39. Мандель И. Д. Кластерный анализ. – М.: Финансы и статистика, 1988.- 176 с.
40. Митчелл У. Экономические циклы. – М. – Ленинград: Государственное издательство, 1930. - 503 с.
41. Момберт П. Введение в изучение конъюнктуры и кризисов. - Государственное издательство Москва – Петроград, 1921. - 216 с.
42. Никитин С.П. Конъюнктура мировых товарных рынков: преемственность и специфика. – М.: Международные отношения, 1982. – 216 с.
43. Опарин Д. И. Конъюнктура и рынки. - М.: Изд-во «Техника управления», 1928. - 392 с.
44. Первушин С. Хозяйственная конъюнктура. – М., 1925.
45. Пископпель Ф. Г. Основы изучения конъюнктуры капиталистического хозяйства. – М.: ИМО, 1960. - 292 с.
46. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа. – М.: Статистика, 1980. - 151 с.
47. Политова И. Д. Дисперсионный и корреляционный анализ в экономике: Учеб. пособие. – М.: Экономика, 1972. - 224 с.
48. Половников В. А., Горчаков А. А. Методы и модели экономического прогнозирования. – М.: МЭСИ, 1980. - 116 с.
49. Половников В. А., Скучалина Л. М. Обобщение моделей экономического прогнозирования. – М.: МЭСИ, 1982. - 116 с.
50. Райзберг Б., Лозовский Л., Стародупцева Е. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр., М.: Инфра-М, 1999. - 479 с.
51. Растянников В., Дерюгина И. «Кондратьевские волны» в исследовании процесса экономического роста в агросфере // Вопросы статистики. – 1997.- №11. - С. 19-29.

52. Репке В. Конъюнктура. - М.: Финансовое изд-во НКФ СССР, 1927. -176 с.
53. Статистика: Підручник / А. В. Головач, А. М. Єріна, О. В. Козирєв та ін. / За ред. А. В. Головача, А. М. Єріної, О. В. Козирєва. – К.: Вища шк., 1993. - 623 с.
54. Туган-Барановский М. И. Периодические промышленные кризисы. - М.: «Наука» «РОССПЭН»,1997. - 574 с.
55. Устиян И. Экономическая динамика в свете теории «Больших циклов» Н. Д. Кондратьева // Экономика Украины. – 1998. - №4. - С. 68-76.
56. Харман Г. Современный факторный анализ. – М.: Статистика, 1972. - 487 с.
57. Черняк О. І., Ставицький А. В. Динамічна економетрика: Навчальний посібник. – К.: КВІЩ, 2000. - 120 с.
58. Черняк О. І., Кудіненко М. Я. Аналіз та прогноз динаміки ВВП України за допомогою методу SSA // Економіка та прогнозування .- 2002. - № 4 .- с. 134-147.
59. Четыркин Е. М. Статистические методы прогнозирования. – М.: Статистика, 1977. - 200 с.
60. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. - 455 с.
61. Экономическая энциклопедия / Науч.-ред. совет изд-ва «Экономика»; Ин-т экон. РАН; гл. ред. Л. И. Абалкин. – М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1999. – 1055 с.
62. Browne M. W. A comparison of factor analytic techniques // Psychometrika. – 1968. – Vol. 33. – P. 267 – 334.
63. Cattell R. B. The scree test for the number of factors // Multivariate Behavioral Research. – 1966. – Vol. 1. – P. 245-276.
64. Frans J. Oort. Three-mode models for multivariate longitudinal data // British Journal of Mathematical and Statistical Psychology.- May 2001.- Vol. 54.- Part 1.- Pages 1-200.- P. 49-78.

65. Hakstian A. R., Rogers W. D., Cattell R. W. The behavior of numbers of factors rules with simulated data // Multivariate Behavioral Research. – 1982. – Vol. 17. – P. 193-219.
66. Jos M. F. ten Berge, Henk A. L. Kiers. Optimality criteria for principal component analysis and generalizations // British Journal of Mathematical and Statistical Psychology. - November 1996.- Vol. 49.- Part 2.- Pages 211-400.- P. 335-345.
67. Kaiser H. F. The application of electronic computers to factor analysis // Educational and Psychological Measurement. – 1960. – Vol. 20. – P. 141-151.
68. Tucker L. R., Koopman r. F., Linn R. L. Evaluation of factor analytic research procedures by means of simulated correlation matrices // Psychometrika. – 1969. – Vol. 34. – P. 421-459.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

ОБОЛЕНЦЕВА Лариса Володимирівна

КОН'ЮНКТУРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ

Підручник

Редактори *З. І. Зайцева, Д. Ф. Курильченко*
Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*
Дизайн обкладинки *І. П. Шелехов*

Підп. до друку
Друк на ризографі.
Зам.№

Формат 60x84/1/16
Ум. друк. арк. 10,4
Тираж 500 пр.

Видавець і виготовлювач:
Харківська національна академія міського господарства,
вул. Революції, 12, Харків, 61002
Електронна адреса: rectorat@ksame.kharkov.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК№731 від 19.12.2001